

Propuesta de Supply Chain Management y Logística para la Empresa Restaurante Ópalo

Compiladores:

Carpeta Katherine

Galvis Yuliana

Montaña Nubia

Pulido Diego

Velásquez David

Presentado a:

Ing. Alexander Gutiérrez Sánchez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Diplomado de Profundización en Supply Chain Management y Logística

Opción de Grado

Marzo 2023

Tabla de contenido

Introducción	10
Objetivos del trabajo	11
Objetivo general	11
Objetivos específicos	11
Configuración de la Red de Suministro para la Empresa Restaurante Ópalo.....	12
Presentación de la empresa	12
Conceptualización y contextualización.....	13
Análisis de la configuración de la red de suministro de la empresa Restaurante Ópalo.....	13
Miembros de la red a la cual pertenece la empresa Restaurante Ópalo	14
Dimensiones estructurales de la red de valor de la empresa Restaurante ópalo	15
Tipos de vínculos de procesos en la empresa Restaurante Ópalo	17
Procesos Según Enfoque del Global Supply Chain Forum (GSCF).....	18
Conceptualización y contextualización.....	18
Identificación y aplicación de los 8 procesos estratégicos en la empresa Restaurante Ópalo ..	19
Customer Relationship Management C.R.M. (Administración de las relaciones con los clientes)	19
Customer Service Management (Administración del servicio al cliente).....	21
Demand Management (Administración de la Demanda)	23
Order fulfillment (Órdenes Perfectas).....	24
Desarrollo y comercialización de productos	28
Procesos Según Enfoque de APICS-SCOR.....	31
Conceptualización y contextualización.....	31
Identificación e implementación de los 6 procesos según APICS - SCOR en la empresa	

Restaurante Ópalo	31
Proceso 1 Planificar la Cadena de Suministro.....	31
Proceso 2 Source	33
Proceso 3 Source	34
Proceso 4 Make	35
Proceso 5 Return	36
Proceso 6 Enable	39
Identificación de los Flujos en la Cadena de Suministro de la Empresa Ópalo.....	42
Conceptualización y contextualización.....	42
Análisis de los flujos en la cadena de suministro del restaurante Ópalo.....	43
Diagrama de Flujo de Proceso.....	43
Diagrama de flujo de información.....	44
Flujo de Dinero.....	45
Colombia y el LPI del Banco Mundial	46
Conceptualización y contextualización.....	46
Colombia: CONPES 3982 – Política Nacional Logística.....	52
Conceptualización y contextualización.....	52
Elementos fundamentales CONPES 3982 - Política Nacional Logística	53
El Efecto Látigo (The Bullwhip Effect).....	54
Conceptualización y contextualización.....	54
Análisis de causas en el Restaurante Ópalo	54
Demand-forecast updating	54
Order batching.....	55

Price Fluctuation.....	55
Shortage gaming.....	56
Gestión de Inventarios	57
Conceptualización y contextualización.....	57
Análisis de la situación actual de la gestión de inventarios en la empresa Ópalo.....	57
Como se clasifica el inventario de Restaurante Ópalo	59
Instrumento para recolección de la información	59
Información general inventario restaurante Ópalo criterio	59
Diagnóstico de la situación actual a partir de la información obtenida.....	62
Estrategia propuesta para la gestión de inventarios en el Restaurante Ópalo a partir del diagnóstico realizado. ABC	63
Procedimiento de análisis para la gestión de inventarios en el restaurante Ópalo	64
Modelo de gestión de inventarios recomendado para el Restaurante Ópalo.....	66
Estimación de beneficios.....	66
Análisis de las ventajas y desventajas de centralizar o descentralizar los inventarios del Restaurante Ópalo	67
Modelo de Gestión de Inventarios Recomendado para el Restaurante Ópalo	69
Estimación de beneficios.....	69
Pronósticos de la demanda del Restaurante Ópalo.....	70
Política de Inventario.....	70
El Layout para el Almacén o Centro de Distribución de una Empresa	72
Conceptualización y contextualización.....	72
Situación actual del almacén o centro de distribución de la empresa Ópalo	73

Propuesta de mejora en el almacén o centro de distribución de la empresa Ópalo.....	75
El Aprovisionamiento en el Restaurante Ópalo.....	78
Conceptualización y contextualización.....	78
Análisis de la situación actual del proceso de aprovisionamiento en el Restaurante Ópalo.....	78
Instrumento para recolección de la información.....	79
Diagnóstico de la situación actual del Restaurante ópalo.....	80
Estrategia propuesta para el aprovisionamiento en el Restaurante Ópalo a partir del diagnóstico realizado.....	80
Descripción del proceso de selección y evaluación de proveedores en el Restaurante Ópalo .	81
Procesos Logísticos de Distribución.....	84
Conceptualización y contextualización.....	84
Análisis de los procesos logísticos de distribución del Restaurante Ópalo.....	84
Transporte terrestre.....	85
El DRP Planificación de los Recursos de Distribución.....	87
El TMS Software de Gestión de Transporte.....	88
Medios de Transporte Utilizados en el Restaurante Ópalo.....	88
Identificación de la estrategia de distribución en el Restaurante Ópalo.....	89
Conveniencia de la utilización de servicios de embarque directo.....	90
Viabilidad de la implementación de la estrategia de Cross Docking.....	90
Determinación de la estrategia adecuada para los negocios del Restaurante Ópalo.....	90
Beneficios en el Restaurante Ópalo con los cambios en la industria de la distribución.....	91
Mega tendencias en Supply Chain Management y logística.....	92
Conceptualización y contextualización.....	92

Aspectos fundamentales de las mega tendencias en Supply Chain Management y logística...	93
Factores críticos de éxito que dificultan la implementación de mega tendencias, en las empresas colombianas.....	93
Conclusiones.....	95
Referencias.....	100

Listado de tablas

Tabla 1 Tipos de vínculos de procesos en la empresa Restaurante Ópalo.....	17
Tabla 2 Proceso 5. Return.....	36
Tabla 3 Puntajes Comparativo de Colombia Ante el mundo 2018.....	46
Tabla 4 Comparativo de Colombia Ante el mundo 2018	47
Tabla 5 Puntajes Comparativo de Colombia Ante el mundo 2016.....	48
Tabla 6 Comparativo de Colombia Ante el mundo 2016	49
Tabla 7 Puntajes Comparativo de Colombia Ante el mundo 2014.....	50
Tabla 8 Comparativo de Colombia Ante el mundo 2014	51
Tabla 9 inventario Disponible Restaurante Ópalo	61
Tabla 10 Punto de Reorden Restaurante ópalo	63
Tabla 11 Análisis ABC Inventario Restaurante Ópalo	63
Tabla 12 Resumen Modelo ABC.....	65
Tabla 13 Áreas del primer piso del Layout de Restaurante Ópalo	74
Tabla 14 Zonas y áreas de propuesta de layout para el Restaurante Ópalo	75
Tabla 15 Evaluación de proveedores correspondientes a las familias de productos (especias, frutas, lácteos, vegetales)	82
Tabla 16 Evaluación Proveedor familia carnes especias lácteos y procesados	82
Tabla 17 Evaluación de proveedores correspondientes a las familias de productos (Desechable, insumos).....	83
Tabla 18 Evaluación de proveedores correspondientes a las familias de productos (bebidas vegetales).	83

Listado de figuras

Figura 1 Miembros de la red a la cual pertenece la empresa	14
Figura 2 Estructura horizontal Restaurante Ópalo.....	15
Figura 3 Estructura Vertical Restaurante Ópalo.	16
Figura 4 Administración de las relaciones con los clientes	19
Figura 5 Administración del servicio al cliente	22
Figura 6 Administración de la demanda	24
Figura 7 Diagrama de flujo de los productos Restaurante Ópalo.	43
Figura 8 Diagrama de Flujo de Información en Restaurante Ópalo	44
Figura 9 Flujo de dinero de Restaurante Ópalo	45
Figura 10 Comparativo de Colombia Ante el mundo 2018.....	47
Figura 11 Comparativo de Colombia Ante el mundo 2016.....	48
Figura 12 Comparativo de Colombia ante el mundo 2014.....	50
Figura 13 Elementos fundamentales CONPES 3982 - Política Nacional Logística.....	53
Figura 14 Clasificación de inventarios según criterios.	59
Figura 15 Información General Inventario restaurante Ópalo.....	60
Figura 16 Punto de Reabastecimiento Restaurante Ópalo.....	62
Figura 17 Representación del análisis ABC del Inventario del restaurante Ópalo.....	64
Figura 18 Política de Inventario Restaurante Ópalo.....	71
Figura 19 Plano del Layout actual de Restaurante Ópalo.....	73
Figura 20 Plano del Layout actual de Restaurante Ópalo con la división del local frutería.....	74
Figura 21 Propuesta layout para el Restaurante Ópalo.....	75
Figura 22 Instrumento para la recolección de la información de los proveedores	79

Figura 23 Mapa mental Distribution Requirements Plannig (DRP).....	87
Figura 24 Ejemplo de camión con frigorífico o refrigeración	88
Figura 25 Mapa conceptual mega tendencias en Suplly Chain Management y logística.....	93

Introducción

Como parte de nuestro programa de Diplomado de Profundización en Gestión de la Cadena de Suministro y Logística (como opción de trabajo de grado), presentamos en este informe, propuestas desde el enfoque del de Supply Chain Management a los procesos de adquisición, logísticos y distribución para la empresa Restaurante Ópalo.

En la búsqueda de mejores y renovadas tecnologías de apoyo para la implementación de nuevas estrategias de gestión se busca la mejora constante de los procesos internos de las empresas, esto se debe a la evolución significativa que une una marca presentación exitosa de servicios a los clientes.

Cuando las empresas ofrece un servicio adecuado a sus clientes, y a su vez cubrir las necesidades, se Obtiene el objetivo principal que es el éxito para sus empresas, inicialmente se proponen empresas en las cuales podamos configurar la red de cadena de suministro de la empresa seleccionado, en este caso se escoge el Restaurante Ópalo, el cual nos brindara la información, de su actividad, se tiene como finalidad el tener una constante satisfacción del cliente y promover de manera permanente la variedad culinaria a nuestros clientes frecuentes y potenciales, logrando de esta manera incrementar los ingresos

Palabras Clave: Cadena de suministro, Procesos, Clientes, Logísticos, distribución, satisfacción,red, empresas

Objetivos del trabajo

Objetivo general

Identificación de las estructuras, y procesos logísticos de la cadena de suministros del Restaurante Ópalo, en busca de modelos de disciplina propia, con la configuración de la cadena de suministros para este fin.

Objetivos específicos

Comparar los 8 procesos del foco SCM con la descripción del Restaurante Ópalo y poderlo aplicar.

Describir los procesos logísticos del del Restaurante Ópalo bajo el modelo APICS-SCOR.

Aplicar mejoras al modelo Layout en Ópalo, según los fundamentos teóricos de optimización logística.

Identificar los medios de transporte que se utilizan en el Restaurante Ópalo para provisiones de las materias primas.

Configuración de la Red de Suministro para la Empresa Restaurante Ópalo

La configuración de la red de suministros se implementa en la calidad de cada procedimiento al momento de la entrega de los pedidos, la disponibilidad que se tiene y el tiempo. En la configuración de la red de suministros, Ópalo maneja su proceso de proveedores de una manera inadecuada, se llegó a la clasificación de las personas en la cadena de suministro, se realiza un estudio para la clasificación para poder optar por los participantes, para generar mayor validez en la red y poder tener una buena opción de suplir el proveedor principal, con ello se cuenta con 3 niveles de clasificación para los proveedores y los clientes, teniendo el mejoramiento constante del proceso de suministro y teniendo cada preferencia. Se debe de realizar un estudio con la ayuda de los implicados ya que, por ejemplo, el proveedor de desechables no cumple con su entrega, no se pueden tener domicilios y se verá una pérdida severa en la cadena de suministros. (Rocha Medina, L.B et al., 2020)

Presentación de la empresa

Restaurante familiar constituido por 5 hermanos, situado en el barrio Salitre en Bogotá, sus puertas fueron abiertas en el mes de diciembre del año 2013 por el principal socio Helbert Gutiérrez, en el mercado ofreciendo, comida típica colombiana, además presta servicios en la noche de comida rápida, su proyección es tener franquicias con más variedades de productos, entre ellos frutería y heladería. Con una amplia experiencia en el mercado, reconocimiento en el comercio, proveedores y clientes.

El éxito de este restaurante es su originalidad en los platos y en su publicidad llamativa, constantemente se centran en ser innovadores a los ojos de sus clientes, además es una sociedad familiar donde no es constante el cambio de personal, esto genera afectividad y buena atención ante los clientes, igualmente el ser allegados a los locales cercanos del centro comercial, los

convierten en uno de los restaurantes potenciales para la venta de almuerzos diarios y los antojos varios cuando se tiene reuniones de trabajo o eventos.

Conceptualización y contextualización

Proceso Logístico: Actividades que sirven para el desarrollo de procesos en la distribución de un producto desde su producción hasta su venta.

Cliente: Persona que adquiere un servicio o un producto que se ofrece para su uso o consumo.

Estrategia: Ideas que sirven para actuar en alguna actividad y así obtener beneficios.

Demanda: Cantidades que un comprador estaría dispuesto a adquirir de algún servicio o bien según su necesidad.

Comprar: Adquirir un producto o servicio con intercambio según el valor que este posea por dinero.

El restaurante Ópalo abrió sus puertas hace 10 años en la ciudad de Bogotá, es un restaurante familiar que elabora platos a la carta y comidas rápidas, ubicado en el salitre plaza desde el 2012, funcionaba sin una bodega de almacenamiento y su demanda en ventas equivalía probablemente al 20% de lo que hoy en día es, con los años su reconocimiento ha ido aumentando y por tanto también sus ventas

Análisis de la configuración de la red de suministro de la empresa Restaurante Ópalo

Después del análisis que se realizó a la red de valor, se realizó una clasificación de proveedores y clientes, según la organización en la cadena de suministros, con este proceso se puede controlar las órdenes de pedido, y validar la escasez de este, para no tener el riesgo de incumplirle a un cliente. Ópalo tiene una cobertura de gran valor en cuestiones de platos a la

carta por su proveedor de carnes Solomillo y la placita Campo Verde, ellos contribuyen con muchas redes de suministro (Opalo, 2021)

Miembros de la red a la cual pertenece la empresa Restaurante Ópalo

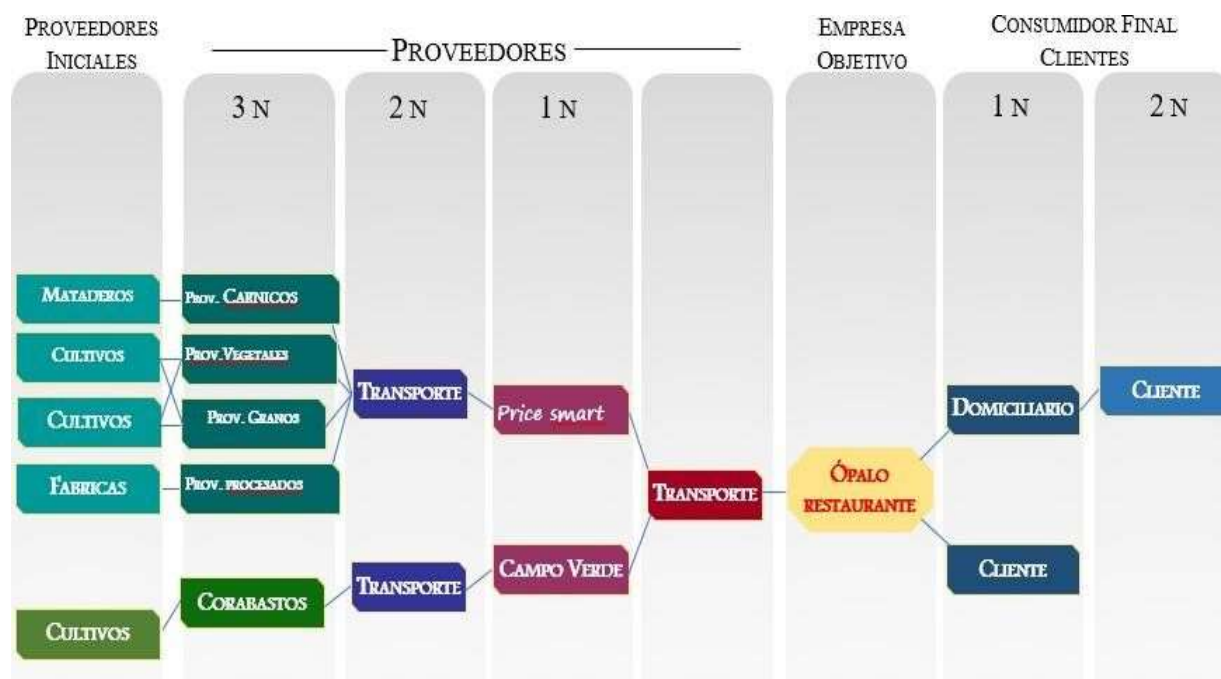
Clientes externos Público en general. Mujeres, hombres y niños, estos clientes son los principales promotores los cuales ofrecen un producto óptimo y de alta calidad.

Clientes internos

Operativos: los cuales se encargan de la elaboración de los productos.

Proveedores: PriceSmart, Campo, Corabastos

Figura 1 Miembros de la red a la cual pertenece la empresa.



Nota: Elaboración propia. (Opalo, 2021)

Dimensiones estructurales de la red de valor de la empresa Restaurante ópalo

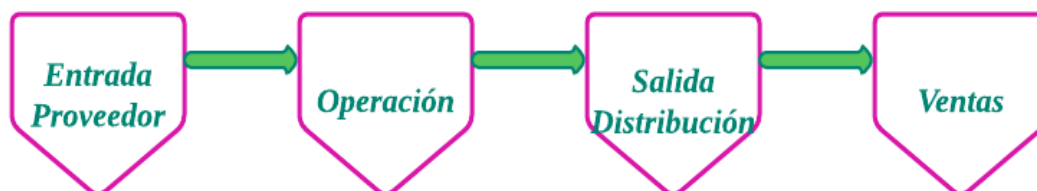
Estructura horizontal: Hace referencia a los niveles en la cadena de suministro, como ejemplo en el restaurante Ópalo sería de 4 niveles:

Logística de entrada (compra de materia prima, almacenamiento, proveedores).

Operación (Elaboración, fabricación).

Logística de salida (distribución pedidos, entregas).

Figura 2 Estructura horizontal Restaurante Ópalo



Nota: Elaboración propia

Estructura vertical: Hace referencia al número de proveedores o clientes que hay en cada nivel. Entrada-Proveedor: El proceso de compra de materia prima se realiza con una de las distribuidoras más grandes del país que es Corabastos, con PriceSmart y Campo Verde al por mayor con beneficios por Membresía y mediante proveedores externos para las compras adicionales, se maneja una bodega de almacenamiento donde llega la materia prima por inventario para abastecer la demanda del cliente.

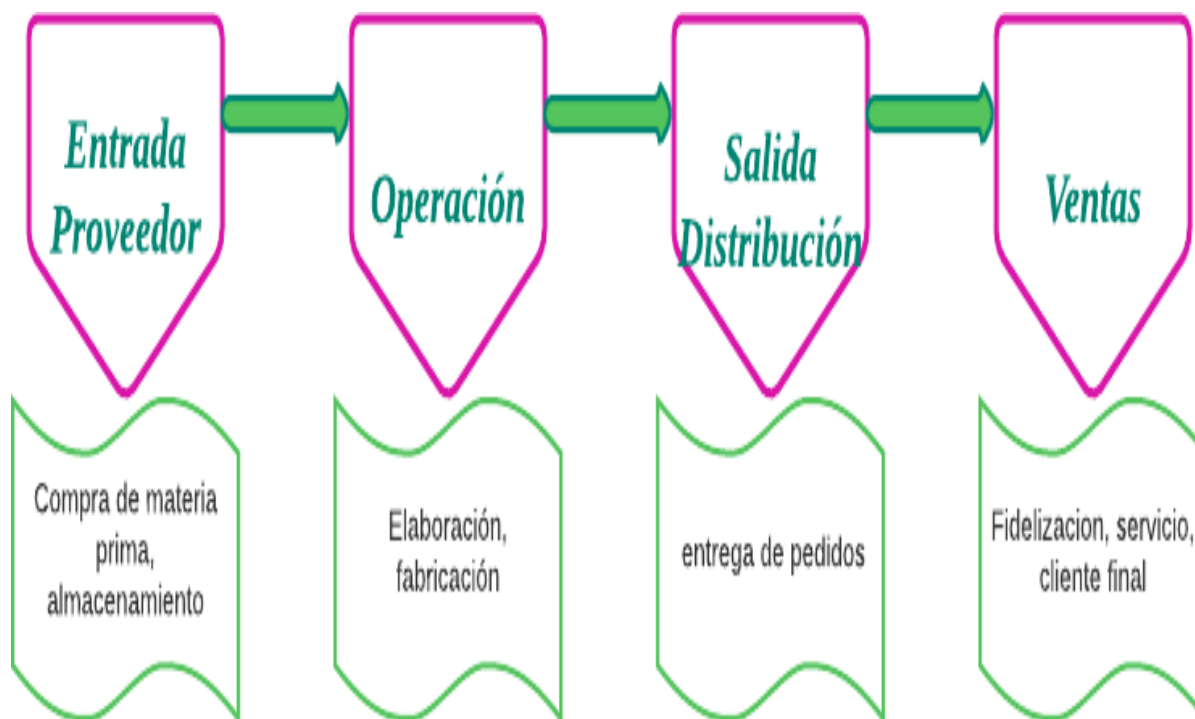
Operación: Preparación de alimentos empleando la mejor tecnología en utensilios y maquinaria, Fabricación de platos especiales para todos los gustos según menú de venta y requerimiento del cliente, alimentos que son elaborados con los estándares de más alta calidad,

siguiendo la normatividad apoyados con recurso humano (jefe de cocina, auxiliares de cocina, administrador logístico), buscando sabores diferentes y exóticos.

Salida-Distribución: Distribución de pedidos realizados por domicilio según características dadas por el cliente por medio digital, llevados en bicicletas y entregas de pedido en punto de venta por meseros capacitados.

Ventas: Se vende entre 200 y 300 en almuerzos y comidas rápidas al día apoyado por la actitud de servicio del recurso humano existente provocando así la fidelización del cliente y mejorando el posicionamiento del restaurante en la zona, por ahora en la sede del salitre.

Figura 3 Estructura Vertical Restaurante Ópalo.



Nota: Elaboración propia

Posición horizontal de la compañía: Hace referencia a la posición en que se encuentre la empresa pudiendo estar cerca o lejos del inicio o del cliente final de la cadena de suministro.

El restaurante Ópalo prepara en promedio 300 platos al día. ubicándose en la operación de fabricación y elaboración del producto como base inicial de donde parte y depende el resto de las actividades

Tipos de vínculos de procesos en la empresa Restaurante Ópalo

Tabla 1 Tipos de vínculos de procesos en la empresa Restaurante Ópalo

<p>Vínculos de Procesos Administrados:</p> <p>Vínculos de Procesos No Administrados:</p>	<p>Son aquellos en donde la empresa líder, integra un proceso con uno o más clientes y/o proveedores, puede ser en colaboración con otras empresas integrantes del Supply Chain.</p> <p>Son aquellos en los que la compañía objetivo no está involucrada activamente, ni tampoco son tan críticos como para que se justifique dedicar recursos para monitorearlos</p>	<p>En Ópalo el proceso administrativo se realiza con los almacenes Membresía PrisceSmart, y el Fruver campo verde. Principalmente</p> <p>En Restaurante Ópalo los procesos no administrados se manejan con los proveedores Congelados TRUST, Carnes Solomitos, Distribuidora Comapan S.A., Distribuciones DJ Ltda.</p>
<p>Vínculos de Procesos Monitorearlos:</p> <p>Vínculos de Procesos No Participantes :</p>	<p>No son tan críticos, pero es importante para la compañía objetivo que estos vínculos estén bien integrados y administrados entre otras empresas participantes. Por ende, la compañía objetivo sólo monitorear o audita cómo está integrado y administrado el vínculo con la frecuencia que sea necesaria En este vínculo de proceso, los análisis de casos de estudio tienden a mostrar que sus Supply Chain, estas influidas por decisiones tomadas en otras cadenas vinculadas</p>	<p>En el Restaurante Ópalo, se manejan con Almacén éxito, Cencosud Colombia, Almacén la 14 SA.</p> <p>cuenta con un amplio local que realizan diferentes platos, los cuales tiene un compromiso para ofrecer a cualquier hora del día llevar un control de existencias para no</p>

Nota: Elaboración propia.

Procesos Según Enfoque del Global Supply Chain Forum (GSCF)

La finalidad del siguiente documento es poder realizar la descripción y el enfoque que tiene nuestra empresa Restaurante Ópalo en los ocho procesos estratégicos en el Global Supply Chain Forum con el gran reto de reducir costos, realizar la organización estratégica dentro de la organización optimizando la rentabilidad y competitividad de los eslabones que se encuentran en la cadena de la logística.

Se requiere resaltar en este trabajo la necesidad que se tiene en el restaurante para la organización y nombramiento de personas encargadas de cada actividad teniendo así más criterio y disciplina para el mejoramiento constante y la productividad de nuestro restaurante.

Conceptualización y contextualización

Restaurante Ópalo es una empresa con gran control y seguimiento a los procesos, buscando reducciones a los tiempos de producción buscando los mejores métodos y los controles de cada área, buscando opiniones de los clientes y los comportamientos de los mercados, a pesar de los cambios de las demandas, buscando los planes de contingencia para aplicar todas las estrategias en las diferentes áreas de la empresa, dando el avance de los procesos de producción.

Restaurante Ópalo, según análisis que se desarrolló en este proyecto, se ve la mejoría en la mayoría de sus aspectos que se evidenciaba que se venía manejando de manera inapropiada, para la cantidad y variedad de los productos que se utilizan para la manufactura de alimentos, teniendo en cuenta que se tiene una zona de almacenaje para los insumos, no se tenía una organización ni control específico en su inventario. Se presentó la propuesta de implementar la organización de la bodega y que solo una persona se encargará del ingreso y salida de los productos, hoy se puede evidenciar más productos en inventario y organización en la

refrigeración de los productos y bebidas, como en la entrega de los insumos de la placita campo verde. (Pinzón, Los Procesos en Supply Chain Management., 2002)

Identificación y aplicación de los 8 procesos estratégicos en la empresa Restaurante Ópalo *Customer Relationship Management C.R.M. (Administración de las relaciones con los clientes)*

Para Restaurante Ópalo implementar un software de CRM es importante porque permite a sus administradores recoger y administrar información de sus clientes con el fin de, acoger clientes nuevos, conocer las necesidades de sus clientes frecuentes, hacer que la experiencia de sus clientes antiguos sea cada vez más satisfactoria y que al final todo esto lleve a obtener un aumento en sus ventas y por ende mayor margen de ganancias. (Pinzón, Supply Chain Management., 2005)

Figura 4 Administración de las relaciones con los clientes



Nota: Elaboración propia

Esta solución favorece la comunicación entre las partes y el envío de promociones personalizadas con ofertas y descuentos, en función de sus preferencias y necesidades. Este sistema tiene sus bases en una metodología que apunta hacia la optimización de la relación entre los clientes y la empresa.

La plataforma de CRM para Restaurante Ópalo estará unida a ventas, facilitando la relación con los clientes y permite el envío de mensajes personalizados con la información que ellos mismos aportaron. Esto genera que los clientes tomen de nuevo los servicios del restaurante y terminen por fidelizarse.

El marketing digital, ya sea por email o el uso de redes sociales son las principales estrategias del CRM en Restaurante Ópalo para implementar en su oferta gastronómica ya que el manejo y administración de la información a través del CRM le ayuda al restaurante a hacer los ajustes pertinentes y enfocarse en los procesos que más demandan atención maximizando el tiempo y minimizando el tiempo invertido en cada uno de los procesos. Una de las principales estrategias es el envío de mensajes a los clientes con diferentes objetivos, agradecimiento, felicitación por su cumpleaños, promociones, etc.

Este tipo de software es de fácil aplicación ya que generalmente estas herramientas son muy dinámicas y amigables con sus usuarios, inicialmente se hacen un proceso estratégico y luego un proceso operacional, cada uno con su subproceso respectivo. (Pinzón, Los Procesos en Supply Chain Management., 2002)

Procesos Estratégicos:

Revisar Estrategias Corporativas y de Marketing.

Identificar Criterios Para Categorizar Clientes.

Desarrollar Esquema De Métricas.

Desarrollar guías para mejorar los beneficios de participación en los procesos con clientes.

Procesos Operacionales:

Diferenciar Clientes.

Preparar el Equipo De Administración de Cuentas/Segmentos.

Revisar Internamente las Cuentas.

Identificar Oportunidades con las Cuentas.

Desarrollar Productos y Servicios Acordados.

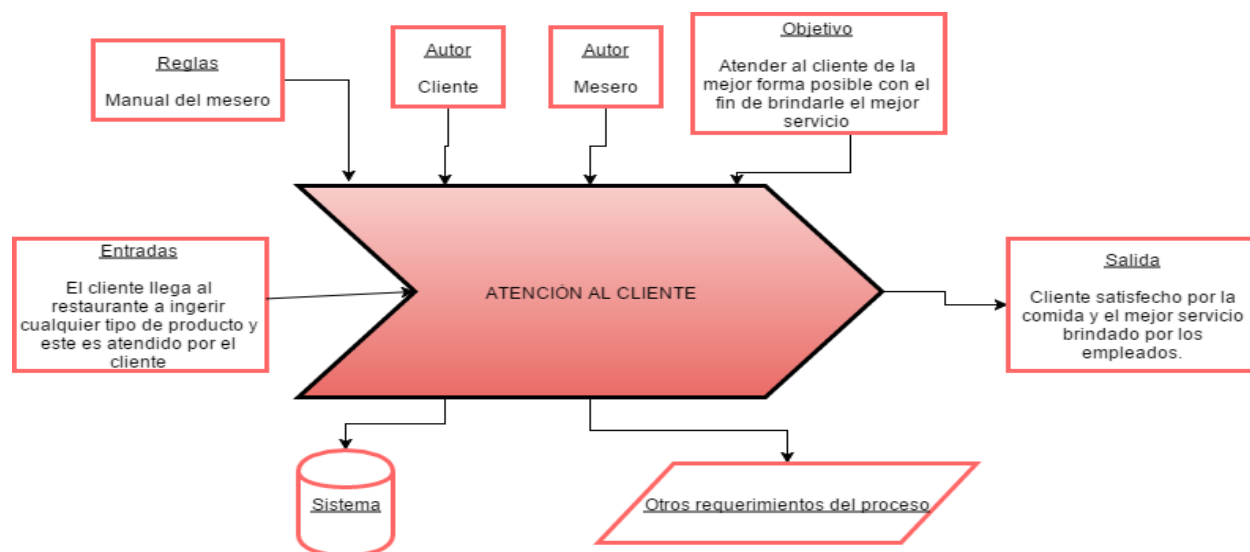
Implementar Productos y Servicios Acordados.

Medir el Rendimiento Y Generar Reportes de Utilidades.

Customer Service Management (Administración del servicio al cliente)

Para Restaurante Ópalo es crucial como para cualquier empresa y en especial los restaurantes, contar con un sistema y equipo de administración del servicio al cliente robustecido que se enfoque directamente en las necesidades del cliente, Los canales de atención del restaurante son parte fundamental ya que en la actualidad la mayoría de los clientes hacen previamente una investigación en Internet antes de ir a consumir. En los canales de contacto del restaurante se debe encontrar información básica como, ubicación, horario, servicios, costos, etc. Además de responder dudas e inquietudes que tengan los clientes, tramitar reservas a través de llamadas telefónicas o un sistema de reservaciones en la página web, siempre con cordialidad, amabilidad y rapidez. (Pinzón, Los Procesos en Supply Chain Management., 2002)

Figura 5 Administración del servicio al cliente



Nota: Elaboración propia

Al igual que en el Customer Relationship Management C.R.M. (Administración de las relaciones con los clientes) la ejecución se realiza a través de dos procesos (Estratégico y Operacional) y sus respectivos subprocesos.

Procesos Estratégicos:

Desarrollar Estrategias de Servicio al Cliente.

Desarrollar Procedimientos De Respuesta.

Desarrollar Infraestructura para Implementar Procedimientos de Respuesta.

Desarrollar Esquema De Métricas.

Procesos Operacionales:

Identificar Eventos.

Evaluar Situación y Alternativas.

Implementar Solución.

Monitorear y Reportar.

Demand Management (Administración de la Demanda)

Para centralizarse un poco en el problema que se tiene dentro del restaurante Ópalo sobre la administración de la demanda se quiere primero revisar las competencias que se tiene a nuestro alrededor, casi todos los restaurantes de comida se sirven platos muy parecidos, de poca calidad, que invitan a comerlos rápidamente en vez de degustarlos, no tienen la delicadeza del servicio, sino que se enfocan en atender rápido mesa tras mesa.

La atracción de la clientela a este tipo de locales se basa en los bajos precios y la rapidez en el servicio. No siempre se puede ver una solución fácil ya que no se brinda un calor hogareño que muchos clientes deseamos tener un momento en familia. (Pinzón, Supply Chain Management., 2005)

El Restaurante Ópalo se quiere poner a la vanguardia en la zona sobre métodos más tradicionales, basándose nuestra estrategia en tres pilares fundamentales:

Fidelización de los clientes: No solo se pretende dentro de nuestro restaurante poder tener la mayor atención hacia nuestros clientes en el punto físico, sino también ampliar nuestra búsqueda en los domicilios, una línea telefónica directa, aplicaciones móviles, para que cada vez sea más fácil que nuestros clientes nos puedan contactar.

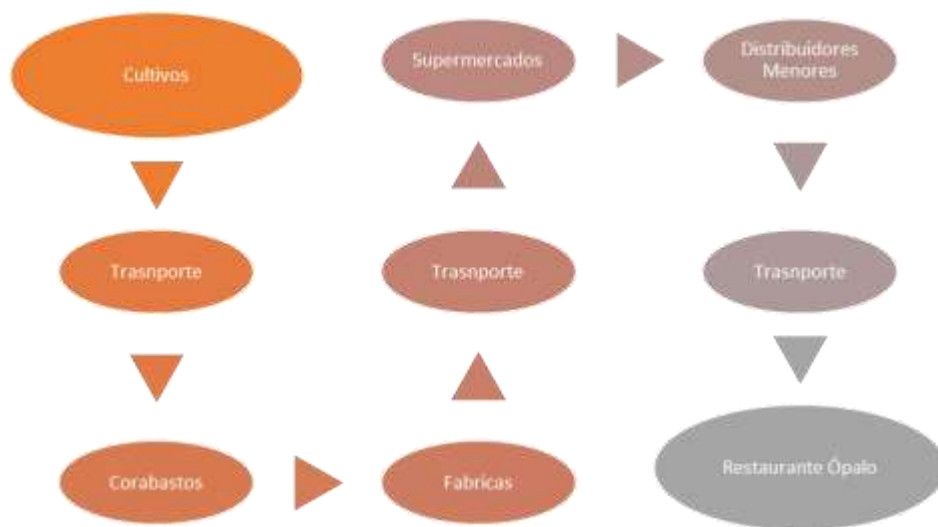
Actualmente la voz a voz ha sido de gran importancia dentro de nuestra empresa ya que al contar con variedad de servicios y un horario extenso cada vez se va atrayendo clientes nuevos.

Producto: Nuestro producto se quiere cada vez poder tener la innovación y calidad requerida por cada cliente, ya que sabemos que todos somos diferentes en cuanto a gustos se trata, así que nuestro Restaurante quiere poder cada vez más conocer diferentes gustos y productos que

se puedan ofrecer y que se puedan mantener en nuestra cocina con la mejor frescura continuamente.

Precio: Nuestros productos y servicios están al alcance de cualquier bolsillo, ya que se tienen gran variedad de platos a diferentes horas del día, ya que somos conscientes de que este factor es de gran importancia para sostener la empresa sus empleados y la calidad que se requiere se busca implementar varios proveedores que nos puedan brindar la mejor alternativa de calidad.

Figura 6 Administración de la demanda



Nota: Elaboración propia

Order fulfillment (Órdenes Perfectas)

Este es uno de los procesos con el indicador más importante en nuestro Restaurante, ya que tenemos como objetivo dentro de Ópalo en estar con un alto rendimiento de la tramitación de los pedidos desde su recepción hasta que se da su entrega.

Actualmente se contempla una persona encargada de esta actividad que es Andrea Vargas la administradora, ella es la encargada de la recepción de los productos comprados, la organización en la bodega, la salida de este inventario y la entrega de este en la cocina, la

solicitud de pedidos por medio de la línea telefónica y las aplicaciones WEB, y la finalidad de la orden en la entrega de nuestros productos al cliente final.

Se requiere que toda la actividad de este proceso no la realice una persona que ya tiene una labor asignada, esto quiere decir que se requiere que el Restaurante se tenga una persona que esté encargado de estos controles con la finalidad que otros procesos como el de administrar y estar pendiente de los inventarios no se vean afectados por las demás obligaciones internas.

El éxito que se quiere obtener de este proceso es poder tener un control de las órdenes que se tienen de parte de nuestros clientes no solo los que llegan directamente a nuestro establecimiento sino tener un seguimiento de los productos entregados por diferentes medios.

Manufacturing Flow Management (Administración de flujo de manufactura):

La correcta administración de los procesos de adquisición de insumos y producción de los platos y comidas es de vital importancia para conservar la calidad, los precios y la satisfacción del cliente en el restaurante Ópalo. Por tal motivo una manufactura eficiente está dirigida a la mejora continua y a la reestructuración del desempeño productivo de los platos y comidas del portafolio, reduciendo inventarios innecesarios y excesivos, con una plantación de la demanda, así mismo como implementación de metodologías como el just in time entre otras.

Procesos Estratégicos: El Restaurante Ópalo en su afán de ofrecer platos y comidas de calidad, busco aliados mayoristas como PriceSmart el cual provee en su mayoría todo tipo de granos, carnes, condimentos, especias, etc. Mediante membresía de fidelización de clientes. El cual ofrece mejores precios al por mayor, productos frescos y la posibilidad de transportar sus pedidos hasta la puerta del restaurante.

Otro aliado estratégico es la distribuidora Campo Verde, ubicada cerca al restaurante que es la encargada de proveer todo lo relacionado con frutas y verduras. De igual forma ofrece

buenos precios y calidad que nos permitirán mantener los valores finales y la satisfacción del cliente.

Procesos operacionales: La consecución de los insumos de cocina casi siempre está a cargo del dueño del restaurante, él hace la selección de los productos y las distribuidoras realizan el proceso logístico de envío de lo adquirido.

Dentro del restaurante contamos con procesos de almacenamiento, almacenamiento refrigerado, proceso productivo de preparación de alimentos, y distribución de órdenes de compra, ya sea para consumo en el establecimiento o para domicilio a cliente.

Administración de las relaciones con el proveedor (compras):

Esta estrategia es importante pues sin proveedores el restaurante no puede funcionar, con el fin de mejorar la comunicación y cooperación entre ambos y así los rendimientos sean mayores.

Para que sea funcional este proceso el restaurante Ópalo debe:

Diseñar estrategias

Realizar un listado específico de la materia prima que necesita para su funcionamiento y servicio y categorizar según su uso y aplicación.

Realizar un listado de todos los proveedores que suplen las necesidades del restaurante y segmentarlos, pues si bien hay unos que suplen necesidades mínimas y diarias, otros suplen las mayores necesidades.

Analizar las características de cada proveedor de acuerdo con sus cualidades: formas de pago, precios, características y calidad de lo ofrecido, servicio, entregas, cercanía. Y así definir si es proveedor estratégico, táctico o transversal.

Operacional: se ejecuta la estrategia

Realizar un análisis de los riesgos rendimientos en el proceso costo/beneficio en la relación de comprador -proveedor.

Después de elaborada la estrategia de gestión con cada proveedor según el segmento y se ejecuta por el restaurante teniendo en cuenta: los niveles de materia prima requeridos, la capacidad del proveedor, el volumen que se compra, la innovación del producto o servicio que ofrece el proveedor y claramente la calidad.

Elegir los proveedores que realmente sean de beneficio para lo que el restaurante busca tiempos de pago, beneficio, costo, estabilidad.

Implementar planes con los proveedores para favorecer las metas que ambas partes tengan propuestas.

Comparar costos con ganancias de acuerdo con la compra y venta que realice el restaurante.

Contacto comprador-vendedor: Manejar una base de datos de los proveedores que maneja el restaurante con datos de contacto para facilitar la comunicación constante entre ambas partes y prever que esta sea rápida, eficaz y clara.

Procurar el uso de diferentes medios tecnológicos para facilitar la comunicación para el envío de pedidos y recepción de cuentas de cobro y demás documentación, buscar promociones, mejores precios y beneficios que el proveedor pueda ofrecer de acuerdo con la necesidad del restaurante. Lo anteriormente mencionado ayuda al beneficio de ambas partes pues la comunicación constante ayuda a mejorar la relación, por tanto, favorece el incremento de ventas, mejora el servicio y reduce los costos, la intención es ofrecer un servicio de alta calidad administrando la demanda, pero buscando una menor inversión, reduciendo costos.

Desarrollo y comercialización de productos

Uno de los aportes a los clientes de la zona que puede dar el restaurante Ópalo es la innovación de productos, nuevos platos, sabores o preparaciones alternas que atraigan y fidelicen a los clientes como oportunidad de crecimiento; para este caso se debe llevar una relación estrecha con el cliente para saber a este que le gustaría saborear.

Para que sea funcional este proceso el restaurante Ópalo debe:

Diseñar estrategia: Analizar la necesidad de los clientes, con qué recursos se cuenta, y cómo sería la producción del nuevo plato, sus características, que cumpla la norma y sea apto para el consumo.

Se realiza una lluvia de ideas haciendo partícipe a todos los miembros del equipo y a los clientes, después de esto, definir el proceso de que se va a preparar como nuevo producto innovador procurando se adapte a la necesidad.

Proponerse retos a la hora de elaborar y diseñar el plato o producto nuevo, pues lo ideal es impactar fuertemente el mercado para que este logre posicionarse y atraiga más clientes al restaurante.

Para este proceso se puede realizar apoyo con encuestas a clientes activos y posibles clientes de que les gustaría saborear.

Analizar la entrada del producto al mercado, a que publico, los objetivos de ventas, la promoción del producto o plato, precio.

Análisis de pérdidas y ganancias, de inversión inicial.

Operacional: se aplica la estrategia

Elegido el nuevo producto o plato por el equipo, se define cantidades y materia prima para la elaboración de este.

Crear alianzas con los proveedores quienes también serán parte importante a la hora de fabricar este nuevo producto o plato.

Se inicia la compra de materia prima y la elaboración para hacer la prueba y análisis de mejoras mediante una relación constante con el cliente.

De acuerdo con lo anterior se procede a medir el proceso: que se requirió para la elaboración del plato o producto, se define promoción esto de acuerdo con el precio de compra y ganancia, se procede al precio de venta, se analiza la rentabilidad de este y así el alcance de las metas definidas para la producción de este plato o producto.

Se analiza los pro y contras en la elaboración, venta y distribución del nuevo plato o producto que el restaurante va a ofrecer de acuerdo con las pruebas realizadas anteriormente en costos, pérdidas, ventas y demás.

Se realiza plan de inventarios de materia prima.

Se realiza el proceso y análisis de venta.

Ya con lo anterior si el restaurante decide iniciar la entrada del nuevo plato o producto al mercado debe definir cuándo se hará y cómo será su promoción e inicialmente ofrecerlo a los clientes potenciales para analizar el resultado inicial y rendimientos apoyándose con encuestas de satisfacción.

Returns Management (Devoluciones, logística inversa, post – venta): Es un proceso que consiste en la devolución de productos de parte de los clientes. Los cuales se presentan por:

Averías en el empaque de los productos.

Demoras en la entrega.

Devolución directa del cliente.

En la logística inversa podemos tener unos flujos complejos que dependamos de la clasificación del producto que ofrecemos buscando clasificarlo según el grado de la vida útil.

Reutilización o reventa: Se pretende realizar una recuperación del producto que el cliente devuelve para darle el mejor aprovechamiento sin que presenten diferencias con los nuevos productos.

Reparación: El producto se pretende reparar lo más rentable posible sin pretender dejar una mala calidad o entregar un producto en malas condiciones, si la reparación del producto no se puede realizar el restaurante opta por darlo de baja en su inventario.

Restauración: Consiste en volver a darle valor al producto deteriorado utilizando nuevas tecnologías que intentan solucionar los defectos por el uso y así ampliar su vida útil.

Prefabricación: La primera de ellas va referida a los componentes cuyo grado de descomposición es medio-alto, las empresas pueden aprovechar estos recursos en la estructuración de un producto nuevo ya que les permite ahorrarse cerca del 50% de los costes referidos a los TFG-Finanzas y contabilidad.

Procesos Según Enfoque de APICS-SCOR

En el modelo SCOR se tiene una herramienta para ayudar a realizar un análisis y configurar la cadena de suministros según las necesidades y lo que se requiere de la empresa. los indicadores de gestión y la identificación de las mejoras en las prácticas en cada área, dichos procesos nos ayudan a detectar las falencias y los bajos manejos de los tiempos y los procedimientos, para obtener la solución de una mejora productiva en la transformación de los productos buscando en la satisfacción de los clientes finales.

Conceptualización y contextualización

Ópalo cuenta con un nivel de alta demanda en la prestación y distribución de los productos, a su vez, se cuenta con cada revisión de los procesos que se tienen dentro de la organización, buscando garantizar la correcta función del mismo, basados en las metodologías que se establecieron por el administrador, se tiene un modelo de SCOR como herramienta para la organización y la clasificación de las actividades en la cadena de suministros y conocer la importancia de los cumplimientos a las fechas eficientemente según los requerimientos de los mercados.

Identificación e implementación de los 6 procesos según APICS - SCOR en la empresa

Restaurante Ópalo

Proceso 1 Planificar la Cadena de Suministro

El Restaurante Ópalo realiza todos sus análisis y procedimientos empíricamente ya que todo su conocimiento ha sido basado en su experiencia en el mercado comercial analizando sus competidores de forma muy superficial. Se puede aplicar el cumplimiento a los requerimientos del cliente haciéndose de manera directa e indirecta realizando reservas de inventario como medida preventiva de alimentos no perecederos y de alimentos perecederos semanales que roten

de manera continua en caso de eventualidades; siempre basado en el análisis que lo que entre sea acorde a lo que sale como gestión de sus activos. Adicional realizar una planificación mensual que pueda ser informada a los trabajadores que acompañan el restaurante como estrategia de mejora en ventas de acuerdo con el mercado.

Planeación de Recursos: Debido a que su venta es a diario y depende de la necesidad del cliente de ese día, es importante realizar un segmento de clientes definido para tener claro y cumplir esos requerimientos de manera anticipada y según sus diferentes gustos, para que no se basen en la carta de menú que maneja el restaurante sino brindar alternativas; por tanto también es importante establecer una cadena integral de la materia prima que se adquiere y realizarle un seguimiento desde el momento de sus solicitud hasta que llegue al inventario del Restaurante llevando un control de los proveedores esto es más fácil debido a que manejan a gran escala 3 proveedores y por tanto se puede llevar un control de las necesidades y suplirlas a tiempo analizando costes del mercado y evitando pérdida de recursos.

El Restaurante Ópalo debe realizar un análisis en el proceso de producción de los diferentes platos para tener un control establecido de tiempos, costos y recursos que se necesitan; adicional, una revisión de las herramientas y maquinaria de trabajo, un ajuste al control de inventario de manera preventiva y correctiva del proceso para saber con qué materia prima se cuenta y poder realizar las preparaciones en el momento justo de la solicitud del cliente.

Planeación de Manufactura: El Restaurante Ópalo en promedio vende más de 300 platos al día entre platos a la carta y comidas rápidas, el stock del almacén no está muy definido y menos su proceso de producción ya que esto depende de la solicitud diaria del restaurante y de la afluencia de clientes en la zona. Importante manejar un proceso de planeación de la producción

que dé como resultado un servicio que cumpla estándares de calidad, cumpliendo metas en base a experiencia de los trabajadores del restaurante.

Planeación de Entregas: El restaurante podría realizar un análisis de su proceso de entrega e implementar un software donde el cliente pueda realizar su pedido, realizarle seguimiento hasta el momento de la entrega; seguimiento que también será revisado por el responsable del restaurante para facilitar la recepción mediante un solo canal del pedido y por tanto la entrega del mismo en el caso de los domicilios, ya para el caso del servicio directamente en el restaurante lo importante ya con el control de tiempo en el proceso en la planeación de recursos y el seguimiento en la producción, se puede mejorar el tiempo de entrega del plato con un adecuado servicio evitando demoras innecesarias.

Planeación de Devoluciones: Gracias al buen servicio y a la buena calidad de los platos que vende el Restaurante Ópalo de 300 platos que vende al día probablemente menos de 1 es devuelto, y esto más por error en la recepción del pedido cuando el servicio es directo en el restaurante; es importante seguir implementando las medidas de calidad que hasta ahora manejan y adicional entrenamiento continuo y de manera formal a los trabajadores.

Proceso 2 Source

Se debe realizar una reorganización a la entrada y la salida de los pedidos, el Restaurante Ópalo deberá realizar una redistribución al ámbito de almacenaje es decir dar cabida a los espacios dentro de la bodega, donde se ordene por clases de mercancías, áreas y fechas de entrega. Además, se debe aprovechar el software con el que se cuenta para la sistematización de las mismas, de esa manera se da la información en el orden en el que se aconseja, organizar el almacén, lo que permitirá facilitar al restaurante el proceso de entrega, disminuyendo tiempos de espera ya que está trabajando, se debe tener en cuenta que desde este proceso se comienza a

evaluar los tiempos de operación para así más adelante no incurrir en crítica u opiniones sobre temas de devoluciones, por una mala distribución en el almacenaje o entrega de pedidos.

Proceso 3 Source

Entregas de productos. El Restaurante Ópalo realiza su aprovisionamiento dos veces por semana de todos sus productos, con la excepción de lo que requiera de verduras y frutería la cual se realiza a diario en la Placita Campo Verde, ya que se requiere que estos insumos sean frescos; aunque diariamente adquieren productos necesarios para llevar a cabo algunos platos que solicitan.

En los temas de aseo nuestro restaurante lo adquiere mensualmente en el almacén de cadena PrisceSmart el cual adquiere por medio de su Membresía descuentos al por mayor.

Recibir Productos.

El Restaurante Ópalo es precavido en el momento de tener todos sus productos en inventario para evitar el no poder ofrecerles a sus clientes la carta completa, así que ellos se encargan de realizar la programación con sus proveedores y sus compras durante las tardes para tener un control de existencias y un horario organizado, contando con información de faltante para el siguiente día. En algunos casos, por organización de sus proveedores.

Verificación del Producto: En el Restaurante Ópalo se tiene como garantía ante sus clientes la prioridad de tener una buena calidad en nuestros productos que siempre estén en buen estado y la mejor presentación, por lo tanto, se realiza una revisión preventiva a nuestros proveedores para el cumplimiento de lo requerido en sus productos como lo es la fecha de vencimiento, la presentación y buen estado de los empaques, técnicas de la manipulación del transporte donde se realiza un seguimiento de que los productos lleguen en buenas condiciones y cumplimiento de horas y días.

Autorización de Pago de los Proveedores: El pago a proveedores se realiza con un porcentaje del 75% de contado y un 25% en crédito por medio de tarjetas o notas créditos, ya que las compras se realizan por medio de almacenes de cadena, pero en los productos que se compran a proveedores como lo son en Campo Verde, se tiene un crédito de pago por mes, accediendo en el mes a los descuentos que se puedan tener según se consigue los productos en abastos.

Proceso 4 Make

Este proceso nos permite ver la transformación de la materia prima que se tiene y la producción de los productos y servicios ofrecidos en nuestro Restaurante Ópalo.

Make-To-Stock: Producción de los productos para tener el stock completo de la carta.

Make-to-Order: Producción bajo los pedidos en mesa o domicilios.

Engineer-to-Order: La fabricación de nuestros platos bajo la presentación y calidad.

En el Restaurante Ópalo, el proceso de manufactura se realiza según los pedidos que se tengan en nuestros clientes, no guardamos nada ya que todo se elabora en el momento de la solicitud.

Schedule Production Activities: Programación Actividades De Producción. En Ópalo realiza la producción de toda la carta brindada al mismo tiempo de la solicitud del cliente según la capacidad que se tenga en la cocina, controlando y ofreciendo la mejor calidad en los platos y la no demora en la entrega de los pedidos con lo ofrecido en la carta.

Issue Sourced/In-Process Product: Material de emisión. Las áreas que se involucran para elaborar un pedido según los requerimientos del cliente tienen autonomía para solicitar al jefe inmediato los materiales que se necesitan, pero el jefe inmediato es quien da el visto bueno al requerimiento y llama al proveedor y solicita lo requerido.

Produce and test - Producir y probar: Desde el momento de la compra de nuestros productos damos un parte de alivio en la calidad que se tienen en nuestros productos, actualmente no se tienen un proceso de verificación ante sus clientes que garantice la calidad de sus productos según los comentarios de nuestros compradores.

Package – Paquete: Se tiene un proceso con los colaboradores del restaurante unificado para el empaque de nuestros productos, el Restaurante Ópalo tiene un stock suficiente para empacado de los almuerzos y comida rápidas igualmente para sus bebidas, se tienen productos en icopor y platos los cuales son muy delicados en el momento del transporte de los productos para que al cliente le llegue en las mejores condiciones.

Stage Finished producto: Producto Terminado en Etapa: Los productos cocinados terminados y servidos sean para realizar la entrega en el restaurante directamente o al domiciliario para que sea enviado todo está debidamente empacado marcado y fresco para su consumo.

Release finished product to Deliver –Liberar Producto Terminado para Entregar: El jefe de área es el responsable de administrar los productos que se encuentran en el centro de distribución y decidir el proceso de entrega del producto.

Waste Disposal - Depósito de Basura: El proceso de producción de la comida del Restaurante Ópalo. genera residuos los cuales son depositados en un área específica de la empresa para ser entregados a una empresa que se encarga de su aprovechamiento y disposición final de estos residuos.

Proceso 5 Return

Tabla 2 Proceso 5. Return

sSR1 Retorno de origen origen Producto Defectuoso	sSR2 Retorno de origen Producto Defectuoso	sSR3 Retorno de Producto MRO	sDR1 Entregar devolución Producto Defectuoso	sDR2 Entregar devolución Producto MRO	sDR3 Entregar devolución Exceso de
sSR1.1: Identificar la condición del del producto defectuoso	sSR2.1: Identificar la condición producto	sSR3.1: Identificar la condición de exceso de producto	sDR1.1: Autorizar devolución de producto defectuoso	sDR2.1: Autorizar devolución de producto MRO	sDR3.1: Autorizar Devolución de Producto en
sSR1.2: Disposición Producto Defectuoso	sSR2.2: Disposici	sSR3.2: Producto Excedente de de Disposición	sDR1.2: Programar acuse recibo	sDR2.2: Programar recibo de devolución de MRO	sDR3.2: Programar recibo de devolución en
sSR1.3: Solicitar Autorización de Devolución de	sSR2.3: Solicitar autorización de devolución de MRO	sSR3.3: Solicitar autorización de devolución de	sDR1.3: Recibir producto defectuoso (incluye	sDR2.3: Recibir producto de MRO	sDR3.3: Recibir exceso producto
sSR1.4: Programar envío de envío productos defectuosos	sSR2.4: Programar MRO	sSR3.4: Programar el envío de productos en	sDR1.4: Transferir producto de defectuoso	sDR2.4: Transferir producto MRO	sDR3.4: Transferencia exceso de
sSR1.5: Devolver producto	sSR2.5: Devolver producto MRO	sSR3.5: Devolución de exceso de			

Nota: Elaboración propia.

En el restaurante Ópalo al tratarse de una cadena de suministro de los alimentos presenta una mayor complejidad con respecto a la de otros productos, su desarrollo depende de factores especiales ya que incide en la salud del consumidor, condiciones de conservación, la caducidad de las materias primas y otros actores que entran en la cadena (agricultores, transportistas, exportadores, mayoristas, minoristas, clientes, entre otros).

La logística inversa o cadena de devolución es la etapa siguiente a la entrega del producto al consumidor final, esta es igual de importante a la cadena de suministro y específicamente en el sector de los restaurantes, la logística inversa está relacionada principalmente con la gestión de los residuos producidos en la actividad de consumo de este tipo de productos.

Producto Defectuoso: Gestionar las devoluciones y procesos de retorno en el restaurante Ópalo se hace primordial para garantizar el éxito del proceso logístico del restaurante.

En este ámbito se pueden encontrar dos tipos de retorno tanto las devoluciones que son realizadas por los clientes por incumplimiento del pedido como las devoluciones que debe realizar el restaurante a sus proveedores por incumplimientos en los requerimientos de la materia prima. La devolución o logística de retorno del restaurante sirve para coordinar los movimientos en cuanto a materia prima y productos entregados a los comensales, validando la devolución de MP defectuosa a los proveedores y garantizando la satisfacción del cliente con el producto final.

Producto MRO: Para restaurante Ópalo, es muy importante conservar la limpieza y buena apariencia en las instalaciones es por esto por lo que se debe hacer un buen uso de los productos necesarios para el aseo y el mantenimiento del restaurante, por eso es necesario hacer un buen control de calidad en estos productos y hacer las devoluciones pertinentes en caso de no tener las especificaciones necesarias.

Producto Exceso: Los aspectos importantes para el restaurante Ópalo, los retornos hechos por los clientes hacia la empresa se basan en el incumplimiento en la calidad del producto (defectuoso) o cuando la cantidad despachada es la incorrecta. En este caso estos productos se deben desechar ya que por ser productos alimenticios no pueden ser reciclados. Las principales razones de devolución en la compañía son:

Errores en el pedido.

Temperatura del plato.

Sabor.

Objetos extraños en el plato.

Se evalúan las devoluciones realizadas por los clientes debido a la inconformidad tanto del producto como de las especificaciones de entrega, entre otros.

Proceso 6 Enable

Manage Supply Chain Business Rules: (Administrar las reglas comerciales de la cadena de suministro). Basados en el modelo, se recomienda en este parámetro, buscar otra alternativa de proveedores con el fin de analizar el mercado y obtener beneficios en calidad y costos sin sacrificar la sazón y el sabor de las comidas del restaurante Ópalo.

Manage Supply Chain Performance: (Gestionar el rendimiento de la cadena de suministro). Se sugiera desarrollar una encuesta de satisfacción, para conocer la opinión de los clientes, tanto los que son directos y los que son atendidos a domicilio, el análisis de las opiniones será una buena herramienta para establecer planes de mejora.

Manage Supply Chain Data and Information: (Gestionar Datos e Información de la Cadena de Suministro). Un estudio de mercado siempre será una buena opción para comparar los productos y ofrecer una comida competitiva en los rangos de precios y calidad o ya sea también como un mecanismo para la implementación de estrategias de innovación en el menú.

Manage Supply Chain Human Resources: (Gestionar los recursos humanos de la cadena de suministro). Si se quieren ofrecer productos de calidad, se puede brindar capacitaciones y cursos constantes en diferentes técnicas de cocina y comida, así como también atención y servicio al cliente a todos los colaboradores pertenecientes al restaurante Ópalo.

Manage Supply Chain Assets: (Gestionar los activos de la cadena de suministro). Realizar mantenimiento preventivo y correctivos a todos los equipos de cocina y refrigeración usados en el restaurante. Aquí también podemos gestionar e implementar un sistema de 5S's para establecer un orden y control de los activos de la compañía.

Manage Supply Chain Contracts: (Gestionar los contratos de la cadena de suministro). Se van a priorizar los problemas de desempeño ya sea en la cocina o en los domicilios, pero se deben establecer tiempos de entrega según sea la venta, directa o indirecta.

Manage Supply Chain Network: (Administrar la red de la cadena de suministro). Establecer un sistema de datos, que almacene y gestione las ventas con características detalladas, para así analizar y mediante procesos estadísticos realizar proyecciones de ventas y de adquisición de inventario. Para así reducir desperdicios y pérdidas de productos perecederos.

Manage Supply Chain Regulatory Compliance: (Gestionar el cumplimiento normativo de la cadena de suministro). Realizar un monitoreo continuo a los procesos logísticos, adquisitivos, productivos, y de entregas, con el fin de mantener un control en los indicadores establecidos anteriormente.

Manage Supply Chain Risk: (Gestionar el riesgo de la cadena de suministro). Dentro de los mayores riesgos que puede afrontar el restaurante Ópalo están: Pérdida de calidad de los alimentos, bajones de luz por largos periodos, escasez de alimentos, pandemias, recesiones de agua. Etc.

Manage Supply Chain Procurement: (Gestionar las compras de la cadena de suministro). Cómo se mencionó anteriormente es recomendable, ampliar la oferta de proveedores para los diferentes tipos de productos (carnes, lácteos, frutas, vegetales, etc.). Buscando beneficios de compras al por mayor, envíos sin costos adicionales, disponibilidad y variedad de productos, igualmente de alta calidad.

Manage Supply Chain Technology: (Administrar la tecnología de la cadena de suministro). Estamos en una era donde las Tecnologías de la información TI, están en su mayor apogeo, deben aprovechar las diferentes herramientas y canales de comunicación, para vender la

idea de un restaurante familiar y de calidad, variedad de platos y sus servicios gastronómicos de la ciudad.

Identificación de los Flujos en la Cadena de Suministro de la Empresa Ópalo

El flujo de información, productos y dinero, resumen la capacidad que tiene la organización para llevar a cabo cada actividad económica que se tiene, recopilando los documentos en los que se encuentran las bases para la adquisición de la materia prima, almacenamiento, manufactura, distribución y comercialización, dando a conocer previamente cada diferencia en la línea de los productos que Ópalo ofrece a la demanda de acuerdo con sus requerimientos e incluso contexto del día.

Conceptualización y contextualización

Los procesos constituidos en toda organización requieren de implementación, adaptación y constante optimización, pues en este mundo globalizado, quedarse estancado es sinónimo de fracaso, por ende la lucha incansable por obtener procesos internos y externos que estén a la altura de lo que el mercado en su momento exige, por ende la logística de procesos es una de las herramientas que la organización Restaurante Ópalo deberá usar para mejorar la eficiencia de sus operaciones en cada una de las fases que éstas involucren, garantizando de este modo una producción y servicio óptimo.

Análisis de los flujos en la cadena de suministro del restaurante Ópalo

Diagrama de Flujo de Proceso

Figura 7 Diagrama de flujo de los productos Restaurante Ópalo.

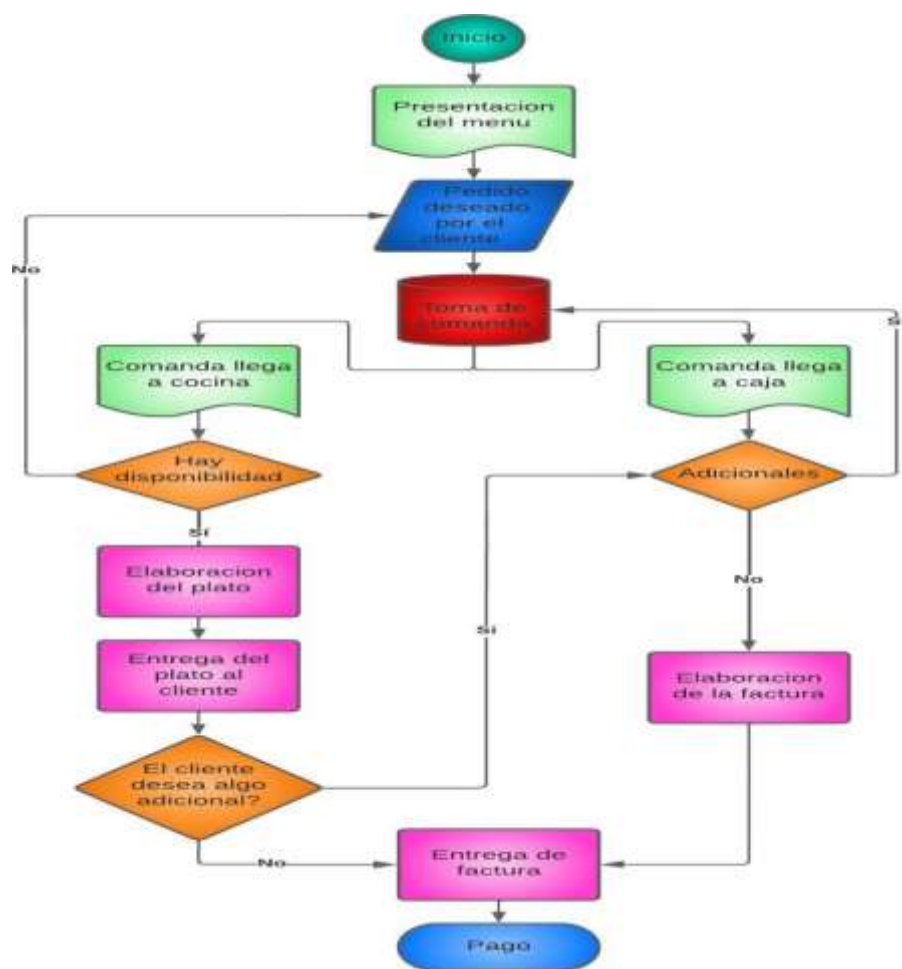


Nota: Elaboración propia.

Diagrama de flujo de información

Para restaurante Ópalo es importante tener un flujo de la información preciso y acertado, ya que un error en la comunicación puede desencadenar en la insatisfacción del cliente, y posteriormente en la pérdida de credibilidad, por esto es importante que durante cada proceso la información sea clara y completa para el desarrollo de este.

Figura 8 Diagrama de Flujo de Información en Restaurante Ópalo



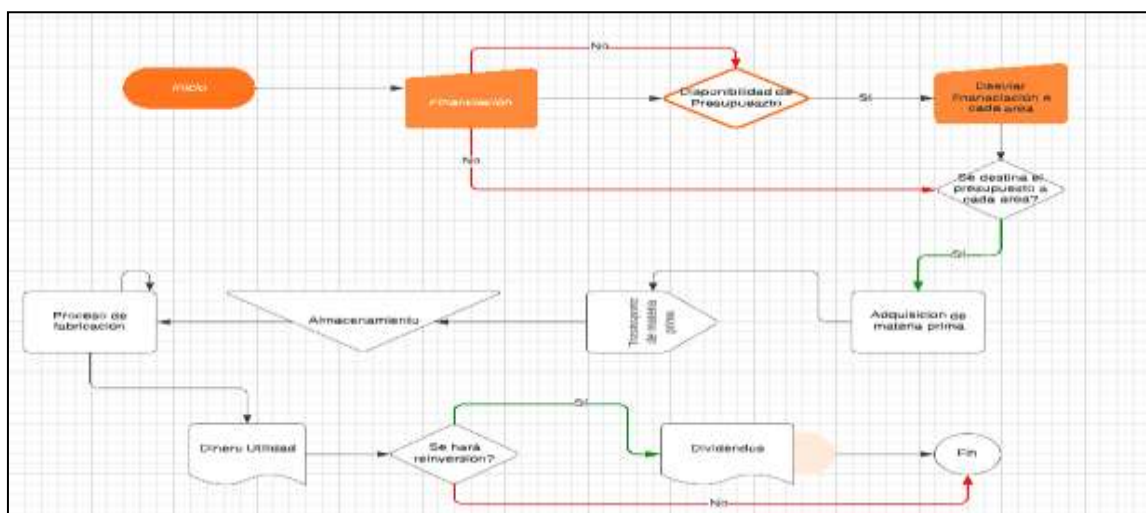
Nota: Elaboración propia.

Flujo de Dinero

La empresa Restaurante Ópalo, contiene un flujo de ingresos y egresos constantes, todos los ingresos de las empresas son los resultados de toda la gestión de la cadena de suministro que se ve reflejado en nuestra empresa, la cual se evidencia dicha gestión desde la compra de la materia prima de cada uno de los productos ofrecidos hasta el consumidor final, la gestión del flujo va desde el manejo del dinero entre los clientes y los proveedores para las existencias de los pagos haciendo posible el intercambio de productos y servicios.

Toda parte de la cadena de suministros debe tener una retribución por la actividad y a su vez permita que el flujo de dinero sea a tiempo y organizado para tener una eficiente cadena. En la cadena de suministro el dinero fluye desde el cliente al productor, luego los proveedores reciben su retribución por la materia prima suministrada.

Figura 9 Flujo de dinero de Restaurante Ópalo



Nota: Elaboraci3n propia.

Colombia y el LPI del Banco Mundial

Es una herramienta de comparación entre países, a través de encuestas entre operadores logísticos para ayudar a estos países que puede considerar los desafíos y oportunidades para mejorar la eficiencia de la logística comercial. Vale la pena señalar que el crecimiento y la competencia en el comercio entre países se debe en gran parte por su productividad y eficiencia logística, ya que estos países crean las conexiones que les permiten hacerlo. Mejorar su economía a escala global. Sin embargo, hoy en día hay países que tienen vulnerabilidades en sus procesos logísticos, como lo demuestran los datos proporcionados por LPI del Banco Mundial, sugiriendo que el comercio puede vincularse a las cadenas de suministro. Abastecimiento inapropiados o deficientes.

Conceptualización y contextualización

Teniendo en cuenta los datos cualitativos y cuantitativos proporcionados por LPI Banco Mundial en dos pronósticos (nacional e internacional) y con los últimos datos de 2018, se desarrolló un comparativo con 160 países que incluyen a Colombia. De tal manera se realiza un cuadro comparativo del comportamiento logístico de Colombia frente a seis países en el cual muestra los factores analizados por la LPI para determinar su puntaje internacional.

Comparativo de Colombia ante el mundo

Tabla 3 Puntajes Comparativo de Colombia Ante el mundo 2018

2018					
		Infraestructura		Competencia Logística Y Calidad Oportunidad	
país	% Desempeño	Indicador	Indicador	Indicador	Indicador
Japón	94,51	4,25	2	4,09	4,25
Spin	88,44	3,84	19	3,8	4,06
Canadá	85,17	3,75	21	3,9	3,96
Chile	72,38	3,21	34	3,13	3,8

Panamá	71,09	3,13	42	3,33	3,6
Colombia	60,65	2,67	72	2,87	3,17
Angola	32,68	1,86	153	2	2,59

(Banco Mundial, 2016)

Figura 10 Comparativo de Colombia Ante el mundo 2018

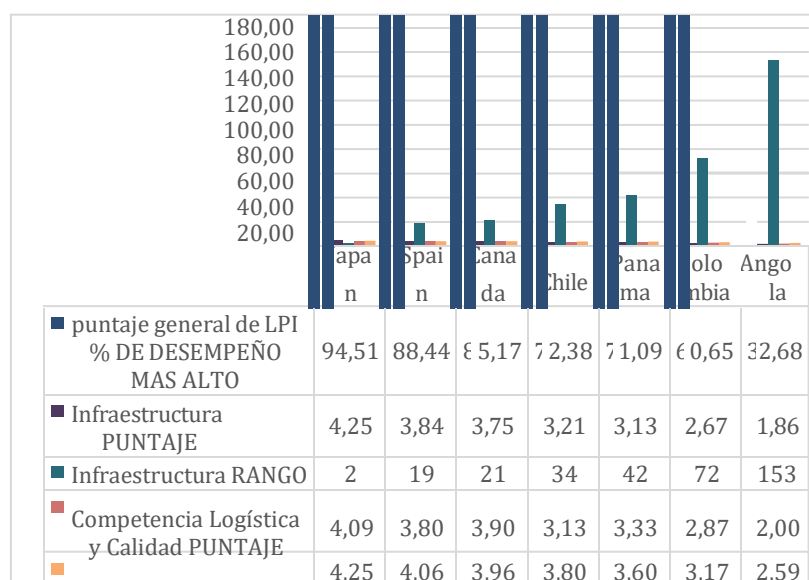


Tabla 4 Comparativo de Colombia Ante el mundo 2018

PAÍS	ÍNDICE DE DESEMPEÑO LOGÍSTICO	COMPETENCIA LOGÍSTICA	OPORTUNIDAD
Colombia	En 2018, Colombia ocupó el puesto 58 en el mundo. Destacan los avances realizados en el campo de la logística; en comparación con el año anterior, clasificado 94. obtener un porcentaje Aduana 2.61 significa Tiene bajo desempeño en procesos de autorización, aduaneros y fronterizos. Deserción por infraestructura 2,67%, por lo tanto, baja calidad relacionada con comercio y transporte.	En competencias Colombia y su logística, obtiene un porcentaje 2,87, aprox. Puntuación baja en capacidad y calidades logística en comparación con otros países; excepto Afganistán y Argel se coloca por debajo de este índice.	Colombia alcanzó 3,17 puntos de seguimiento; Tasa de seguimiento y localización de 3,08 podemos mostrar sus envíos internacionales 3,19 puntos de ventaja en comparación con los países asiáticos y africanos.
Panamá	Panamá ocupa el puesto 38 de 160 países. Todo el mundo sabe que es el país tiene una economía muy sólida para un país pequeño y la mayoría Su economía es marítima y cuenta con dos canales interoceánicos.	En términos de competencia logística, Panamá está ligeramente por delante de Colombia, Chile, Angola y Japón. Demostrando una excelente gestión en cuanto a la calidad de los servicios de logística, transporte terrestre y marítimo.	se evidencia que su oportunidad recibe un 3,60, nada envidiable otros países Comparada en este punto. Tiene buen manejo seguimiento y localización de envío internacional.

Chile	Este año, Chile está en mejor posición que Colombia en términos de indicadores logísticos, obtuvo una calificación de 3.27 en sus procesos permisos, aduanas y límites. Esto se refleja en su puntaje de infraestructura de 3.21.	Chile obtuvo un puntaje de 3,13 en la categoría Competencia Logística, lo que demuestra la alta calidad de los servicios logísticos. Por lo tanto, en este índice de gobernabilidad, está por delante de Colombia, Angola y Japón.	En términos de capacidad, Chile se está desempeñando muy bien, solo detrás de Canadá y España. Por otro lado, su puntuación en el seguimiento de envíos internacionales 3.20 Esto refleja la buena economía del país. Gracias a las excelentes políticas gubernamentales.
Canadá	En 2018, Canadá ocupó el puesto 20 entre 160 países en el Índice de Desempeño Logístico, muy por delante de Colombia, que ocupó el puesto 58 el mismo año.	relacionado a servicio de calidad los problemas logísticos son por carreteras y despacho de aduanas Canadá con 3,90 segundos localizado con Colombia que se ocupa en 2.87.	según el indicador de oportunidad Canadá presenta una valoración de 3,96 lo que nuevamente lo posiciona por encima de Colombia, nuevamente presentándose en el segundo lugar
España	España es el sexto país del grupo países del estudio comparativo español. En términos de habilidad entrega, 53 opciones. Haz una tabla de comparación que se manifiesta en su mejor momento, en donde ocupa el puesto 17.	España ocupa el segundo lugar con una puntuación de 3,8, por detrás de Canadá con una puntuación de 3,9. Sin embargo, España supera a Colombia en calidad de servicio logística	En la estadística de habilidad entrega, España principalmente que otros países con una puntuación de 4,06.
Japón	Este año, Japón tiene mejores posiciones que Colombia sobre indicadores logísticos. más y más lograron una calificación de 4.03 en sus procesos permisos, aduanas y límites reflejado en los resultados de su infraestructura, de 4.25,	en competencias Logística Japón 4.09 obtener un porcentaje. Es un puntaje alto en capacidad y calidades logística en comparación con otros países seleccionados.	En términos de envío, Japón ocupa el primer lugar entre todos los países analizados con una puntuación de 4,25.
Angola	El país africano está detrás de Colombia con 2,05, en el puesto 101 por déficit en términos de calidad de la infraestructura en comercio y transporte 1.86.	Angola lidera a Colombia con una puntuación de 2,00 en términos de capacidad logística. Esto demuestra su baja calidad en servicios logísticos, competencia y calidad en amonaje.	En el suministro de materias primas, Angola está detrás de todos los países analizados con un índice de 2,59.

(Banco Mundial, 2016)

Tabla 5 Puntajes Comparativo de Colombia Ante el mundo 2016

2016					
			Infraestructura	Competencia Logística Y Calidad	Oportunidad
país	Código	% De Desempeño	Indicador	Indicador	Indicador
Japón	Jpn	92,08	4,1	3,99	4,21
Canadá	Can	90,85	4,14	3,9	4,01
Espain	Esp	84,55	3,72	3,73	4
Panamá	Pan	72,47	3,28	3,18	3,74
Chile	Chl	69,7	2,77	2,97	3,71
Colombia	Col	49,98	2,43	2,67	3,23
Angola	Ago	38,47	2,13	2,31	2,59

(Banco Mundial, 2016)

Figura 11 Comparativo de Colombia Ante el mundo 2016



Tabla 6 Comparativo de Colombia Ante el mundo 2016

PAÍS	ÍNDICE DE DESEMPEÑO LOGÍSTICO	COMPETENCIA LOGÍSTICA	OPORTUNIDAD
Colombia	Sin embargo, de los siete países con un porcentaje de eficiencia del 49,98%, está a tres lugares por encima del año anterior, pero su desempeño está cayendo este año.	Colombia tiene actualmente 2,67 puntos, aunque sigue ligeramente mejor en cuanto a posiciones. Comparado con el año pasado.	Obtiene una buena puntuación indicador, a pesar de que su índice de seguimiento está 2,55 por debajo de otros países.
Panamá	Se ubica un puesto más arriba que Chile en donde su puntuación general es de 42 el cual su desempeño ocupa un buen lugar con un 72.3% en comparación de los otros países seleccionados.	para este indicador panamá supera así a Colombia Chile y Canadá donde este país tiene buen flujo de envíos internacionales.	Panamá para este indicador tiene un puntaje de 3.74 superándose así respecto al año anterior.
Chile	Se posiciona en la lista en cuarto lugar con un rango de 46 en la lista general comparándose con el periodo anterior.	Chile no alcanza un puntaje de 3 puntos el cual comparado con el año anterior la calidad se ha ido desmejorando.	Tiene un muy buen nivel de desempeño habiendo recibido una calificación de 3.71 que es una mejora con respecto al año anterior, se puede ver que maneja bien los envíos internacionales lo que da buenos resultados y continuará.
Canadá	Para este año Canadá ocupa el primer lugar en comparación de los otros países.	Este indicador se mantiene ratificando su liderazgo entre los siete países comparados ya que mantiene un buen puntaje en envíos internacionales lo que indica su estabilidad económica.	Crea un nivel de Alta confianza en las negociaciones ya que es muy puntual en la entrega con una calificación de 4.01
España	Su desempeño para este año fue del 84,55 % menos al de Canadá	Este indicador nos refleja ocupando el tercer puesto a los otros ya comparados anteriormente.	Se mantiene con un puntaje de 4.0 en nivel de oportunidad lo que indica que posee un puntaje de 3.82 de rastreo de sus envíos lo que da seguridad en carreteras.

Japón	Su desempeño nos dice que está por debajo del año pasado, pero, aun así, sigue mostrando un desempeño del 92.8%.	Con un puntaje de 3,99 en competencia logística. Supera a Colombia en un 1,33 lo que indica que tiene más envíos internacionales.	Tiene un nivel de oportunidad favorable ya que cuenta con un porcentaje de 3.08
Angola	Su indicador es el más bajo a los países estudiados con un indicador de 38.47 aun evidenciando que aumenta un poco su indicador, no llega a ser un país viable.	De los países estudiados este es de menor puntaje en cuanto a su logística, donde se debe implementar un plan de mejora en logística.	Su oportunidad no es tan in favorable, pero se debe hacer un seguimiento para mejorar sus falencias y cumplir así con los tiempos pactados.

(Banco Mundial, 2016)

Tabla 7 Puntajes Comparativo de Colombia Ante el mundo 2014

2014						
país	Código	Limite Superior	Infraestructura Indicador	Competencia Logística Y Calidad Indicador	Oportuni dad Indicador	
Japón	Jpn	3,97	4,16		3,93	4,24
Canadá	Can	3,95	4,05		3,94	4,18
Spain	Esp	3,8	3,77		3,83	4,07
Chile	Chl	3,39	3,17		3,19	3,59
Panamá	Pan	3,38	3		2,87	3,63
Colombia	Col	2,83	2,44		2,64	2,87
Angola	Ago	2,8	2,11		2,31	3,02

Figura 12 Comparativo de Colombia ante el mundo 2014

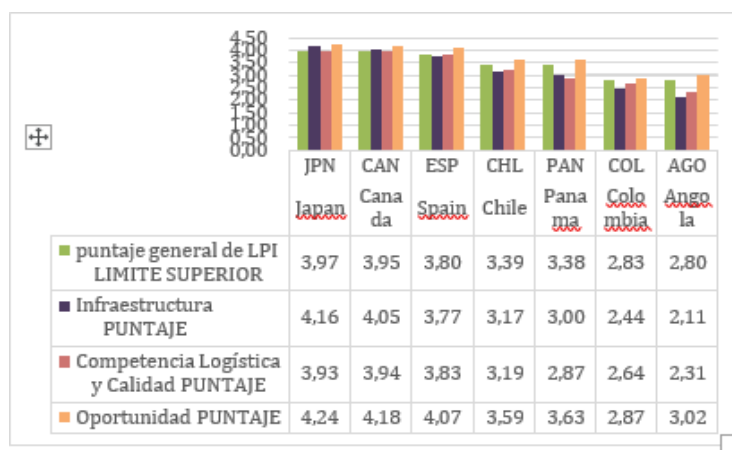


Tabla 8 Comparativo de Colombia Ante el mundo 2014

País	ÍNDICE DE DESEMPEÑO LOGÍSTICO	COMPETENCIA LOGÍSTICA	
		COMPETENCIA LOGÍSTICA	OPORTUNIDAD
Colombia	Su desempeño logístico para este año incremento al año anterior con un 52,5%	En competencia logística. Colombia, obtiene un puntaje de 2,64, que representa un bajo indicador para los servicios logísticos.	En cambio, para este año su oportunidad en entrega aumento al año anterior.
Panamá	Resulta que este año sus indicadores logísticos han aumentado, como inversiones en puertos y aeropuertos, lo que le ha permitido ampliar sus canales de importación y exportación.	Su competencia logística con otros países es la mejor en comparación con otros países, su puntaje este año es 2.87	Su oportunidad en entrega es estable y se evidencia con el indicador 3.63
Chile	operaciones logísticas en América del Sur, así como en otros dos países. Su economía es una de la competencia en América Latina y se ve reflejado en su indicador para este año.	Su competencia es más alta que la de Colombia, pero tampoco supera Japón en su indicador.	Los tiempos de entrega y eficiencia son buenos según su indicador con un 3.59 muy similar al de España.
Canadá	Es uno de los países que mayor indicador con un 91.5% lo que indica su organización y desempeño logístico.	Sus procesos y servicios hacen que su competencia sea buena y se ve reflejado en su indicador con 3.94 muy similar al de Japón.	En cuanto a la oportunidad de Canadá presenta un puntaje del 4.18 de acuerdo con el banco internacional según el seguimiento de resultados.
España	Según su indicador sobrepasa los países latinos. siendo competencia para Japón uno de los que tiene más alto indicador.	De los países en estudio el segundo en cuanto a competencia logística, realizando los procesos con calidad, creando así la infraestructura necesaria.	Su oportunidad nos indica que para el desarrollo de procesos logísticos es muy eficaz con un 4.07.
Japón	Se posiciona en primer lugar de los otros países ya seleccionados con un 3,91.	Su calidad y su servicio de logística los hace viable y en un país que compite con cualquiera por su excelencia en el servicio.	Su oportunidad siempre es la mejor en los últimos años se ve reflejado con su indicador que no baja.
Angola	Por otro lado, Angola es uno de los que más bajo indicador tiene con un 2,54.	Su indicador no le permite competir con su logística, debido a su falta de infraestructura.	Su oportunidad se puntúa más alto que Colombia por lo que es preocupante ya que Angola es un país más pequeño y con menos acceso de transporte.

Colombia: CONPES 3982 – Política Nacional Logística

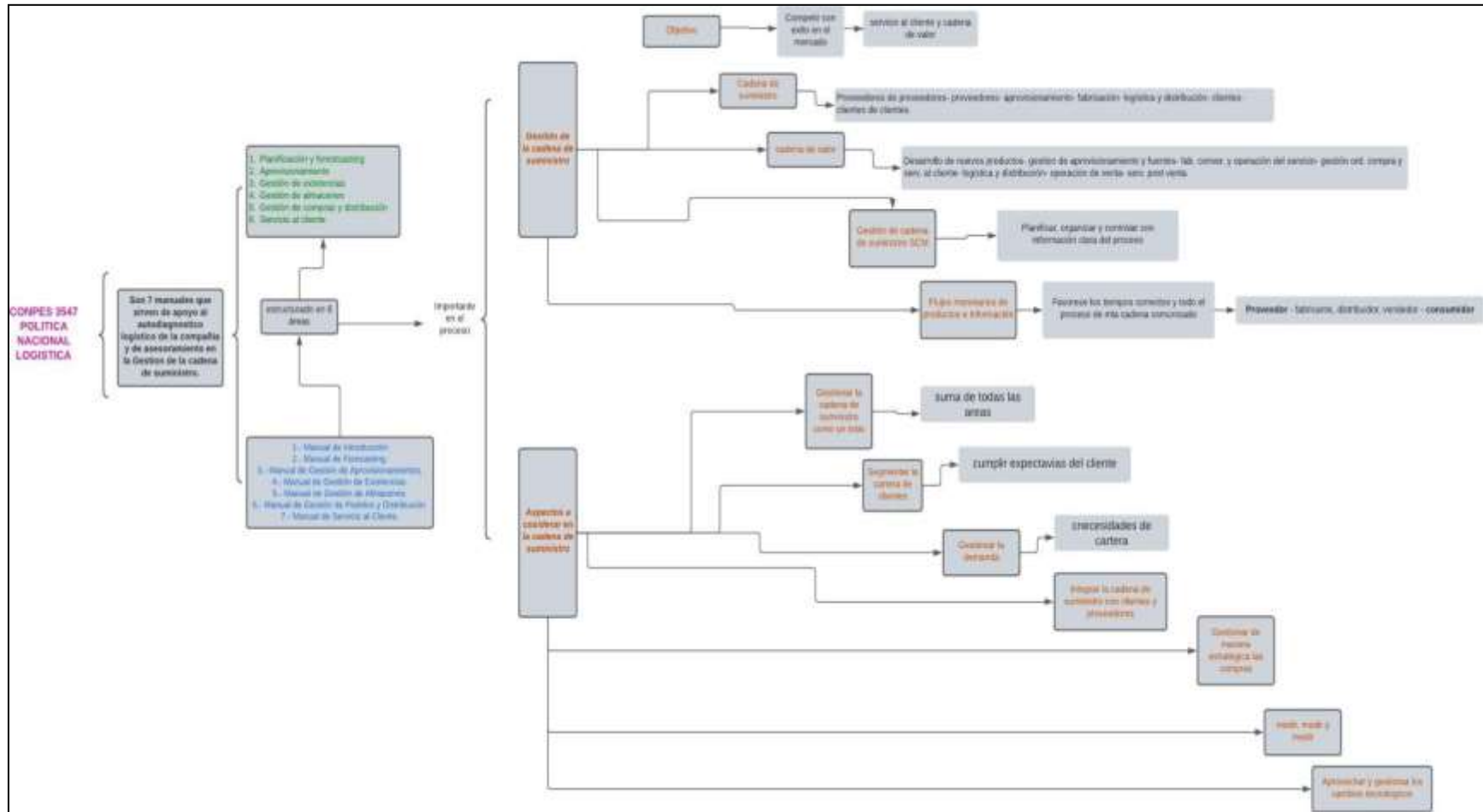
CONPES 3547 es un ejemplo del impacto que tienen las diferentes organizaciones en el objetivo de mejorar el sector logístico. Contiene diferentes secciones sobre sectores, incluyendo TIC, diversificar la oferta de servicios de logística y transporte y simplificar trámites administrativos y trámites con organismos internacionales optimización de negocios. Análisis de la situación logística de Colombia según el informe Banco Mundial, donde podemos encontrar información y analizar diagramas de bloques saber información, productos y dinero de Restaurante Ópalo. De esta manera podemos distinguir los resultados del análisis por la tabla de comparación no solo Colombia, sino también a América Latina, América Central, América del Norte, Europa Asia y África. (Departamento Nacional de Planeación, 2008)

Conceptualización y contextualización

Se muestra en el cuadro sinóptico los elementos fundamentales del COPEPES 3547, de los cuales encontramos las premisas que rigen esta política, su marco conceptual en el que se ubica explicar los conceptos amparados en la póliza, diagnosticar en la aplicación de la póliza y objetivos que persigue su uso en la cadena de suministro a nivel nacional

Elementos fundamentales CONPES 3982 - Política Nacional Logística

Figura 13 Elementos fundamentales CONPES 3982 - Política Nacional Logística



Nota: Elaboración propia. (Departamento Nacional de Planeación, 2008)

El Efecto Látigo (The Bullwhip Effect)

El fenómeno del efecto látigo está presente en la cadena de suministro, el cual hace referencia a las pequeñas fluctuaciones que se tienen en la demanda a los niveles de proveedores, fabricantes y/o distribuidores. Este efecto tiene el nombre por la explicación física donde se al sostener un látigo se puede ocasionar movimientos relativamente pequeños en las muñecas permitiendo los patrones de las ondas de los látigos, haciendo que estos, se amplifiquen en reacción de cadena. cada eslabón de la cadena como lo son los fabricantes, proveedores y clientes fluyen en toda la cadena, con un pequeño cambio de esta tendría un gran efecto en toda la cadena.

Conceptualización y contextualización

Restaurante Ópalo conoce la importancia que tiene el efecto látigo, actualmente se evidencia la aplicación de una gran parte de la herramienta estos deben de lograr mejorarla en todos los procesos, en las actividades que se tienen, tales como los controles que deben de tener los inventarios, el estado y almacenamiento de la mercancía, los espacios que se requieran para el abastecimiento de los productos. etc.

Análisis de causas en el Restaurante Ópalo

Demand-forecast updating

(Actualización de pronóstico de demanda). Restaurante Ópalo Para el Restaurante Ópalo el pronóstico de la demanda es de suma importancia ya que se tiene para estimar ventas de cada producto durante determinado tiempo a futuro. Los socios calculan primero la demanda en todo el mercado para luego predecir las ventas de los productos de su empresa en situaciones de incertidumbre.

Se implementan los pronósticos de demanda, en plazos cortos ya que son los más

precisos, puesto que los factores que influyen en la demanda cambian constantemente y al agrandar la línea de tiempo del pronóstico, será más probable que se presente alguna inexactitud. Se deberá empezar a analizar toda la información que se posee, se requiere clasificar cada una de las órdenes de pedidos que durante los últimos años ha adquirido, pudiendo así ser más asertivos con los pedidos que se obtienen con los proveedores, permitiendo la efectividad en la rotación de los productos y la organización en el inventario para minimizar los productos inactivos que se puedan. Por otra parte, el restaurante deberá conocer los tiempos en que debe realizar los pedidos, contando con el tiempo de demora de estos. Otro aspecto a tener en cuenta por parte de Ópalo, la estrategia a desarrollar durante los períodos en que se requiera abrir nuevos mercados, presentar a sus clientes nuevos productos y la evolución del sector, pues la competitividad cada vez es mayor.

Order batching

Nuestra empresa de estudio por encontrarse en una categoría donde sus productos son de alta rotación por su tiempo de vida útil y rápida salida no entra entre las empresas que utilizan la metodología Order Batching. La gran mayoría de los productos del restaurante Ópalo son perecederos, y su consecución es de fácil acceso y no es necesario comprar por lotes o programar compras masivas.

Price Fluctuation

En este caso el Restaurante Ópalo no va dentro de esta estrategia, ya que su abastecimiento es compra directa de supermercados y de distribuidores mayoristas, y no hay negociaciones con proveedores por la cantidad de productos que se adquieren. El restaurante Ópalo se adapta a la variación de los precios y siempre busca su adquisición teniendo en cuenta la economía, la calidad y el no afectar su inventario.

El Restaurante Ópalo es beneficioso porque te ayuda a mover el inventario de manera flexible y continua y reducir costos. Ya sea que la volatilidad de los precios permanezca alta o baja, la compra directa está bien. Esta es una parte dinámica importante del mercado, ya que crea costos de inventario bajos en relación con el precio. En este caso, el precio es el resultado de las fluctuaciones entre la oferta y la demanda, y las fluctuaciones causadas por el efecto látigo afectan directamente el precio del producto, por lo que siempre es necesario contar con estrategias y planes preventivos para formar un análisis bien organizado. Obtener tendencias de la demanda para obtener mejores pronósticos, teniendo en cuenta cambios futuros en las razones que afectan la demanda de los clientes.

Shortage gaming

En el Restaurante ópalo En el Restaurante Ópalo se evidenciaría esta situación Shortage gaming o escases de juegos cuando se realiza el pedido de materia prima sin certeza de que tanto se va a necesitar para la preparación y venta de alimentos, no hay información precisa que se pueda establecer según la necesidad del cliente, esto varía según la cantidad de personas que ingresen a comprar alimentos, del día; Por ejemplo el día que el restaurante decide realizar la preparación y venta de platos a la carta necesitaría cierta cantidad de inventario para dicha elaboración, cantidad que no posee en su totalidad, debe adquirir esa materia prima pero no tiene la certeza de que tantos platos venderá, por tanto debe arriesgarse sin información necesaria a adquirir esta materia prima y alistarla suponiendo una demanda según las anteriores ventas pero con un riesgo de perder la materia prima percedera sino logra ofertarse como se espera.

Gestión de Inventarios

A continuación, se encuentra la información del proceso de la gestión de los inventarios en el Restaurante Ópalo, se puede evidenciar un instrumento en el cual se evidencio el proceso que la empresa llevaba, bajo esta información que fue recolectada se realizó una estrategia para la gestión y control del inventario trayendo con ello beneficio para el restaurante.

Conceptualización y contextualización

Los inventarios hacen parte de la historia, su presencia se remonta en tiempos inmemorables, donde los pueblos y comunidades en la antigüedad almacenaban grandes cantidades de alimentos para satisfacer las necesidades de la gente en época de escasez. En el Restaurante Ópalo y en cualquier otra empresa, el propósito de los inventarios es surtir los materiales necesarios en el momento adecuado hoy en día surge la incógnita de cómo manejarlo y que herramientas utilizar.

Lo que nos hace evidenciar que la gestión de inventarios será un factor indispensable dentro de la empresa y que, si se desarrolla de manera eficaz, podrá representar para las empresas una ventaja competitiva.

El modelo que se propone es el ABC el cual hace la clasificación de inventarios y permite organizar la distribución de las distintas mercancías dentro del almacén a partir de su relevancia para la empresa, de su valor y de su rotación

Análisis de la situación actual de la gestión de inventarios en la empresa Ópalo

Los inventarios son una cantidad de materia prima o producto terminado, la primera tiene como utilidad el abastecimiento del proceso productivo y la segunda está enfocada a cumplir una necesidad al cliente final. En nuestra empresa estudio por el tipo de producto que ofrece en el

mercado, maneja ambos tipos de inventarios. La correcta administración del inventario establece una gran brecha para la toma asertiva de decisiones.

Los resultados de adecuada gestión de inventarios es minimizar el costo total que corresponde a la planificación de los servicios al cliente. Aquí, también entra un término muy importante; logística, donde su función principal es minimizar el costo de los niveles de servicio de la demanda que hay actualmente en el mercado. Donde estas dos terminologías hacen juego a lo largo de la cadena de suministros para permitir una operación fluida y económica, acoplándose a las variaciones diarias de las demandas. Razones para tener un inventario:

Permite el aprovisionamiento en condiciones económicas favorables

Se anticipa a cambios esperados en la demanda o la oferta.

Calcula en cifras la cantidad de material disponible

Datos acertados y confiabilidad

Como se clasifica el inventario de Restaurante Ópalo

Figura 14 Clasificación de inventarios según criterios.

Criterios	Alternativas				
Demanda	Probabilística				
Comportamiento De La Demanda	Estable	Estacional	Coyuntura	Moda	
Valor	Alto	Medio	Bajo		
Cantidad	Grande	Media	Poco		
Tiempo De Vida	Perecedero	Con Vida Limitada	Sin Limite De Vida		
Dimensiones	Articulo Poco Voluminoso	Artículos Voluminosos			
Requerimientos De Conservación	Ambiente Controlado	Bajo Techo	A la Intemperie	Climatizado	
Importancia En El Proceso	Productos Claves	Insustituibles	No Determinantes		
Fuentes De Suministro	Proveer Los Únicos	Ofertas Generalizadas En El Mercado	Productores De Riesgo		
Ciclo De Gestión	Corto	Medio	Largo	Inmediato	
Comportamiento Del Precio	Estable	Coyunturales	Por Estación	Tendencia a la Disminución	Tendencia al Aumento
Localización Con Relación Al Consumidor	En El Proveedor	En Transitó	En Un Punto Central	En El Propio Consumidor	
Tipo De Propiedad	En Consignación	Propio			
Posición En El Proceso	Materia Prima O Materiales Iniciales	Trabajo O Producto En Proceso	Productos Terminados		

Nota: Elaboración propia (Pinzón, Supply Chain Management., 2005)

Instrumento para recolección de la información

Información general inventario restaurante Ópalo criterio

En la siguiente tabla encontraremos información general del inventario actual del restaurante Ópalo, donde encontraremos la cantidad total de SKU's clasificados y ordenados por su familia, la cantidad y el costo que representa dicho producto en inventario. También

encontramos las cantidades disponibles y las averías que tenemos presentes por caducidad del producto, de igual forma su costo representado en el total del inventario. Y por último obtenemos las medidas en peso, paquete, litros, y cantidades totales del inventario.

Figura 15 Información General Inventario restaurante Ópalo.

(Opalo, 2021)

GENERALIDADES INVENTARIO RESTAURANTE ÓPALO						
STOCK	CANTIDAD SKU'S	57	Disponible	40,00	Avería	17,00
Gramos (g)		313.945,6	paquete (pack)			151,0
Unidad (und)		749,0	Litros (Lt)			54,4
CRITERIO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR			
Familia	Carnes	12	\$	1.309.104,56		
	Espicias	5	\$	690.955,38		
	fruta	7	\$	1.169.544,81		
	insumos	7	\$	478.710,00		
	lácteos	2	\$	293.538,52		
	procesados	13	\$	654.176,77		
	vegetales	11	\$	697.651,25		
Tipo de vida	Perecedero	32	\$	3.469.839,14		
	Vida Limitada	18	\$	1.345.132,15		
	Sin Límite de vida	7	\$	478.710,00		
Tipo de Almacenaje	Frio	32	\$	3.469.839,14		
	Ambiente	18	\$	1.454.650,97		
	Frio / Ambiente	7	\$	369.191,18		
Proveedor	Price Smart	28	\$	2.242.626,85		
	Campo verde	20	\$	2.400.984,45		
	Plásticos Y Desechables La Esperanza	7	\$	478.710,00		
	Bavaria	2	\$	171.360,00		
Unidad	Gramos (g)	26	\$	3.918.567,85		
	Unidad (und)	19	\$	618.699,61		
	Litros (Lt)	6	\$	300.728,83		
	paquete (pack)	6	\$	455.685,00		
Costo total Inv. Disp.				\$ 3.658.006,71		
Costo Total Inv. Ave.				\$ 1.752.278,58		
TOTAL				\$ 5.410.285,29		

Nota: Elaboración propia

Tabla 9 inventario Disponible Restaurante Ópalo

Código	Descripción	cantidad en Inv.	Fecha de entrada	Fecha de vencimiento	Estado
C001	Carne De Res	34.795,0	15/04/22	29/06/23	Disponible
C002	Queso	3.125,0	25/09/22	9/12/23	Disponible
C003	Cebolla	24.171,0	27/06/22	10/09/24	Disponible
C004	Tomate	21.326,0	6/12/22	19/02/23	Disponible
C005	Lechuga	2.459,0	27/05/22	10/08/22	avera
C006	Pechugas De Pollo	24.535,0	28/07/22	11/10/23	Disponible
C007	Alas De Pollo	67,0	25/07/22	8/10/23	Disponible
C008	jamon	43,0	2/02/22	18/04/22	avera
C009	Tocineta	15,0	9/10/22	23/12/22	Disponible
C010	Papa Chip	3.000,0	29/04/22	13/07/22	avera
C011	Huevo	41,0	18/09/22	2/12/23	Disponible
C012	Huevo Codorniz	41,0	26/05/22	9/08/22	avera
C013	Salsa Tomate	17,2	17/07/22	30/09/23	Disponible
C014	Mayonesa	5,5	28/01/22	13/04/22	avera
C015	oregano	14.557,6	5/11/22	19/01/23	Disponible
C016	Salsa BBQ	8,4	10/08/22	24/10/22	avera
C017	Salsa tartara	2,5	29/12/22	14/03/23	Disponible
C018	Chile	39,0	21/07/22	4/10/22	avera
C019	Champiñones	9.021,8	7/06/22	21/08/23	Disponible
C020	Pan Perro	42,0	14/11/22	28/01/23	Disponible
C021	Pan Hamburguesa	33,0	1/07/22	14/09/23	Disponible
C022	Carne De Cerdo	15.429,0	3/01/22	19/03/23	Disponible
C023	Aguacate	12,0	8/01/22	24/03/23	Disponible
C024	Aceite	13,9	16/12/22	1/03/23	Disponible
C025	azucar	5.288,0	12/03/22	26/05/23	Disponible
C026	maiz Tierno	7.622,1	9/06/22	23/08/22	avera
C027	Chorizo	37,0	3/07/22	16/09/22	avera
C028	Salchicha Ranchera	31,0	26/03/22	9/06/23	Disponible
C029	Salchicha Americana	30,0	21/03/22	4/06/22	avera
C030	Papa	13.311,8	13/05/22	27/07/22	avera
C031	Costillas De Cerdo	17.012,0	26/03/22	9/06/23	Disponible
C032	Zanahoria	42,0	29/03/22	12/06/23	Disponible
C033	Yuca	6.754,9	1/11/22	15/01/23	Disponible
C034	Planto Verde	38,0	1/08/22	15/10/22	avera
C035	platano Maduro	45,0	10/09/22	24/11/22	avera
C036	limones	9.603,6	18/02/22	4/05/23	Disponible
C037	Jugos Hit	23,0	27/12/22	12/03/23	Disponible
C038	Agua Personal	45,0	18/09/22	2/12/22	avera
C039	Cerveza Nacional	55,0	15/05/22	29/07/24	Disponible
C040	Leche	6,8	20/11/22	3/02/23	Disponible
C041	fresas	13.987,7	18/08/22	1/11/22	avera
C042	mora	23.521,5	31/07/22	14/10/23	Disponible
C043	mango	933,7	6/10/22	20/12/22	avera
C044	lulo	156,7	9/01/22	25/03/23	Disponible
C045	maracuya	9.762,7	17/05/22	31/07/23	Disponible
C046	Naranja	4.153,8	5/06/22	19/08/23	Disponible
C047	pimienta	16.609,3	23/12/22	8/03/23	Disponible
C048	Vasos Desechables	49,0	1/11/22	No Aplica	Disponible
C049	sal	13.739,3	11/12/22	24/02/23	Disponible
C050	Platos desechables	24,0	1/08/22	No Aplica	Disponible
C051	comino	13.714,9	5/12/22	18/02/23	Disponible
C052	Cubiertos Desechables	25,0	10/09/22	No Aplica	Disponible
C053	color	16.302,1	27/02/22	13/05/24	Disponible

Nota: Elaboración propia

Dentro del inventario del restaurante Ópalo, manejamos productos con una proyección de vida útil limitada, realizando este estudio nos encontramos con muchos de sus productos no se encuentran disponibles por que ya han superado la fecha de caducidad. Y por ende hay pérdidas económicas e inventario por reponer, hay que ejecutar acciones prontas

Diagnóstico de la situación actual a partir de la información obtenida

Punto de reabastecimiento

Figura 16 Punto de Reabastecimiento Restaurante Ópalo

Código	Descripción	HISTORICO DE VENTAS POR MES DEL AÑO 2021										Tiempo de entrega	Unidad de medida	Nivel de servicio	Factor de seguridad Z	desviación estándar	raíz Cuadrada tiempo de entrega	Punto de Reorden			
		17-ene	17-feb	17-mar	17-abr	17-may	17-jun	17-jul	17-ago	17-sep	17-oct								17-nov	17-dic	
C002	Queso	15.625,0	16.212,7	28.146,9	18.558,6	28.103,3	17.574,8	27.569,3	31.208,1	30.660,7	27.327,7	29.250,2	25.858,4	18.862,8	3,0	0,1	1,0	1,65	5.863,6	0,3	3.059,5
C007	Alas De Pollo	335,0	364,3	524,5	641,2	489,8	529,6	492,0	502,4	336,4	457,0	617,4	597,9	405,2	1,0	0,0	1,0	1,65	102,0	0,2	30,7
C010	Papa Chip	15.000,0	16.688,8	28.735,1	21.018,7	21.013,1	15.275,1	21.342,4	25.437,5	26.364,4	23.280,7	19.101,0	25.482,5	27.982,4	1,0	0,0	1,0	1,65	4.645,3	0,2	1.399,4
C012	Huevo Codorniz	205,0	285,1	211,5	347,4	364,6	330,1	405,6	369,1	270,3	323,3	391,4	236,3	330,8	1,0	0,0	1,0	1,65	67,3	0,2	20,3
C014	Mayonesa	27,4	51,0	27,8	52,0	31,7	47,3	53,5	44,2	35,0	41,9	45,8	39,3	43,6	1,0	0,0	1,0	1,65	8,4	0,2	2,5

(Opalo, 2021)

Nota: Elaboración Propia

Otras variables muy importantes entran a jugar dentro de la estrategia que queremos proponer un papel muy importante. El punto de reabastecimiento o Punto de Reorden, nos indica cuando debemos iniciar con la solicitud de una orden de compra sin que se nos vaya a afectar el inventario.

Para encontrar este punto de seguridad en el inventario, nos apoyamos en el histórico

detallado de cada producto en las ventas mensuales del año pasado, el tiempo de compra, la unidad de tiempo, el factor de seguridad Z Y mediante la aplicación de la siguiente formula encontramos el valor solicitado.

$$\text{Inv. de seguridad} = \text{Factor seguridad Z} (\text{Desv. Stand meses} \times \sqrt{\text{tiempo entrega}})$$

Punto de Reorden Restaurante ópalo

Tabla 10 Punto de Reorden Restaurante ópalo

Código	descripción	cantidad en Inv.	Fecha de entrada	Fecha de vencimiento	Estado	Inventario de seguridad	Solicitar
C039	Cerveza Nacional	55,0	15/05/22	29/07/24	Disponible	67,8	Abastecer
C042	mora	13.521,5	31/07/22	14/10/23	Disponible	20.248,8	Abastecer

Nota: Elaboración propia

Como lo muestra nuestra tabla, cuando el inventario actual está por debajo de nuestro nivel de seguridad, automáticamente arroja una alerta que debemos abastecer o generar una orden de compra para no generar quiebres de stock en el inventario.

Estrategia propuesta para la gestión de inventarios en el Restaurante Ópalo a partir del diagnóstico realizado. ABC

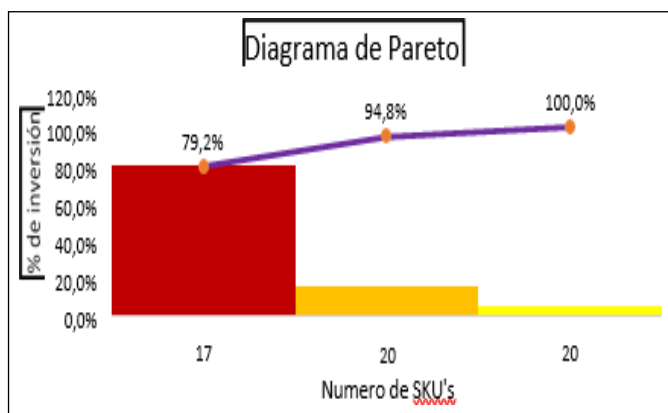
Recopilada toda la información del inventario, ya solo nos quedaría entrar en materia y realizar los procedimientos matemáticos que nos permitirá ejecutar dicho modelo de control.

Tabla 11 Análisis ABC Inventario Restaurante Ópalo

Tipo	No SKU's	% Productos	% Acumulado	% Inversión	%INV. A.
A	17	29,80%	306	79,20%	79,20%
B	20	35,10%	65%	15,60%	94,80%
c	20	35,10%	100%	5,20%	100,00%
Total	57	100%		100,00%	

Nota: Elaboración propia

Figura 17 Representación del análisis ABC del Inventario del restaurante Ópalo



Nota: Elaboración propia

Realizado el análisis matemático encontramos:

17 productos en la tipología “A” que corresponden al 29,8% del inventario existente y al 79,2% de la inversión total. Son los elementos que debemos tener mayor control y vigilancia ya que es el mayor porcentaje del inventario actual

20 productos en la tipología “B” que corresponden al 35,1% del inventario existente y al 15,6% de la inversión total. Aunque tiene un alto porcentaje del inventario, su inversión es mucho menor, de igual forma hay que realizar un control y seguimiento, pero no tan riguroso como el de tipología “A”

20 productos en la tipología “C” que corresponden al 35,1% del inventario existente y al 5,2% de la inversión total. En estos productos no es mayor el control ya que su costo en el inventario no es de gran porcentaje

Procedimiento de análisis para la gestión de inventarios en el restaurante Ópalo

Participación relativa del inventario = $\text{Costo total del producto} / \text{sumatoria del costo total del inventario}$

Participación acumulada inventario = Sumatoria de la secuencia participación relativa.

Participación acumulada del producto = $\text{total de SKU's de la tipología} / \text{total de SKU's}$

Consideraciones: Frente al modelo ABC, debemos priorizar, gestionar y control los Productos de tipología A ya que nos representan la mayor inversión en la empresa. Debemos validar las averías existentes por fecha de caducidad, al eliminarlas del inventario, automáticamente nos va a solicitar una nueva orden de compra para suplir el producto que fue desechado, ya que el producto se encontrara en cero en nuestro Kardex.

Tabla 12 Resumen Modelo ABC

Código	Descripción	cantidad en Inventario	Medida	Fecha de entrada	Fecha de vencimiento	Inventario de seguridad	Acciones	tipología ABC
C039	Cerveza Nacional	55,0	und	15/05/22	29/07/24	67,8	Abastecer	A
C042	mora	13.521,5	g	31/07/22	14/10/23	20.248,8	Abastecer	B
C005	Lechuga	2.459,0	g	27/05/22	10/08/22	2.025,0		C
C008	jamón	43,0	und	2/02/22	18/04/22	21,6		B
C010	Papa Chip	3.000,0	g	29/04/22	13/07/22	1.399,4		B
C012	Huevo Codorniz	41,0	und	26/05/22	9/08/22	20,3		C
C014	Mayonesa	5,5	LT	28/01/22	13/04/22	2,5		B
C016	Salsa BBQ	8,4	LT	10/08/22	24/10/22	4,3		B
C027	Chorizo	37,0	und	3/07/22	16/09/22	14,3		B
C029	Salchicha Americana	30,0	und	21/03/22	4/06/22	15,4		C
C030	Papa	13.311,8	g	13/05/22	27/07/22	10.227,8		A
C034	Planto Verde	38,0	und	1/08/22	15/10/22	30,6		B
C035	plátano Maduro	45,0	und	10/09/22	24/11/22	39,8		C
C038	Agua Personal	45,0	Und	18/09/22	2/12/22	31,0		B
C041	fresas	13.987,7	g	18/08/22	1/11/22	11.866,8		B

Nota: Elaboración propia

Al tener el inventario centralizado es la solución más efectiva en las empresas ya que se tienen un alto porcentaje de ventajas como lo son:

Disminución de los costos

Mejoras y organización en la gestión de inventario

Tener un solo almacén facilita a Ópalo en el seguimiento de los inventarios, los mantenimientos, la gestión de grandes pedidos y la planificación de la distribución.

Mejor competitividad

Controlar el inventario evitando excedidos

Garantiza el abastecimiento de todos los puntos donde hay la demanda

La eficiencia de cada empresa depende en su mayoría de la capacidad que se tiene para obtener lo que se requiere, además mantener los gastos mínimos.

Al tener un inventario descentralizado también genera unas ventajas tales como:

Reduce los tiempos en la creación de pedidos

Mejora la calidad de las decisiones, limitando el trabajo innecesario de sus superiores en la toma de decisiones.

Reduce la cantidad de papeleo en las oficinas.

Relaciones más cercanas con proveedores y afiliados.

Modelo de gestión de inventarios recomendado para el Restaurante Ópalo

Para Restaurante Ópalo hacer pronósticos precisos de ventas es un paso esencial para tomar decisiones comerciales acertadas. Le ayuda a tomar mejores decisiones en función de la información sobre la expansión del restaurante mediante el desarrollo de un plan comercial de expansión, la contratación de personal y la gestión del inventario. Al hacer estimaciones precisas de la cantidad de ventas anticipadas, el restaurante se proyecta a tener éxitos futuros a corto y largo plazo. Las siguientes áreas clave son donde este proceso es importante:

Estimación de beneficios

Los pronósticos de volumen de ventas le permiten establecer puntos de precio para mejores precios y pronosticar la expansión de su negocio. Además, te ayuda a tomar mejores decisiones para tu negocio.

Proyecciones de inventario: La proyección de ventas se basa en datos históricos. Esto

significa que con cierto grado de precisión se pueden pronosticar las ventas que ocurrirán durante un período idéntico al que se está considerando. Si espera mayores ventas, puede incluir la cantidad de inventario para comprar dentro del período de tiempo. Estas predicciones le reducen al restaurante la probabilidad de desperdicio de alimentos o la compra de un inventario insuficiente. Las previsiones precisas ayudan a evitar una compra excesiva o inadecuada de un restaurante porque los desechos de alimentación cuestan cantidades enormes cada año.

Recomendación: El Restaurante Ópalo se basa principalmente para sus pronósticos en datos históricos del mismo restaurante, este plan de proyección es válido, pero no del todo acertado, en el grupo creemos que la posibilidad de obtener más datos y de diferentes niveles, el objetivo de esto es mejorar la predicción de la demanda a partir de la extracción de conocimiento de los datos internos y externos disponibles, ordenarlos en Dashboards y de esta manera tomar las decisiones un tanto más precisas.

Análisis de las ventajas y desventajas de centralizar o descentralizar los inventarios del Restaurante Ópalo

Actualmente el Restaurante ópalo cuenta con una única sede, por tanto solo maneja una bodega de almacenamiento, así que por ahora no se hablaría de un sistema para transferir inventario entre almacenes, por dicho motivo su almacenamiento es centralizado; dentro de su oportunidad de crecimiento está la alternativa de abrir otra sede pero siendo esta una heladería y frutería, cuando esto suceda sería una excelente alternativa manejar un sistema para poder transferir inventario y llevar un control riguroso de algunos de los productos o elementos que puedan ser de utilidad para ambos locales controlando el stock; ya pues, llevando un manejo de control de entrega de las materias primas sería considerable que el almacenamiento sea descentralizado ya que si se apertura la segunda sede la venta de alimentos son diferentes por

tanto su materia prima será diferente a la primera sede así que no sería útil que dentro del inventario del restaurante de comidas rápidas y platos al a carta se maneje la de frutería y heladería, además se puede reducir el tiempo en la elaboración de pedidos y se llevaría una comunicación más directa con sus proveedores de lo contrario sería un proceso adicional y un desgaste, más trabajo operativo, retraso en la atención y preparación de alimentos.

Modelo de Gestión de Inventarios Recomendado para el Restaurante Ópalo

Para Restaurante Ópalo hacer pronósticos precisos de ventas es un paso esencial para tomar decisiones comerciales acertadas. Le ayuda a tomar mejores decisiones en función de la información sobre la expansión del restaurante mediante el desarrollo de un plan comercial de expansión, la contratación de personal y la gestión del inventario. Al hacer estimaciones precisas de la cantidad de ventas anticipadas, el restaurante se proyecta a tener éxitos futuros a corto y largo plazo. Las siguientes áreas clave son donde este proceso es importante:

Estimación de beneficios

Los pronósticos de volumen de ventas le permiten establecer puntos de precio para mejores precios y pronosticar la expansión de su negocio. Además, te ayuda a tomar mejores decisiones para tu negocio.

Existen diferentes métodos para administrar correctamente el inventario en un restaurante, pero uno de los métodos más efectivos recomendados para la administración de inventario es un sistema llamado ABC.

El sistema de gestión de inventario ABC se basa en la identificación de productos que tienen un impacto significativo en el valor global; Esto significa categorizar los alimentos que usa para preparar su menú según su importancia para el consumo y el costo. Los productos "A" representan al menos el 70% del valor total en efectivo de las materias primas, los productos "B" representan aproximadamente el 20% del valor de nuestro inventario y los productos "C" representan el 10% restante, eso es alrededor.

Antes de proceder con cualquier clasificación ABC de sus productos, es una buena idea preparar un inventario físico general, junto con una lista de precios de los productos en stock.

Pronósticos de la demanda del Restaurante Ópalo

Política de Inventario

El objetivo de las políticas de inventario es la optimización y reducción de pérdidas por volúmenes exagerados de compras, con estas herramientas montaremos un análisis a partir del demanda diaria y ciertos valores como los costos de manutención, adquisición, Costo unitario, tiempo de entrega. encontraremos indicadores importantes como, el inventario de seguridad, el punto de reorden, y la cantidad optima a pedir.

Figura 18 Política de Inventario Restaurante Ópalo

							Política de inventarios							
Código	Descripción	Tiempo de entrega	Unidad de medida Tiempo	Nivel de servicio	Factor de seguridad Z	desviacion estandar	Inventario de seguridad	Demanda	Punto de reorden	Costo de ordenar	costo de mantener	Costo unitario	EOQ	Medida
C001	Carne De Res	1,0	0,0	1,0	1,7	54.301,7	16.358,3	4.034,0	16.492,7	\$ 7,37	4,6	24,1	557,1	g
C002	Queso	3,0	0,1	1,0	1,7	5.863,6	3.059,5	4.082,0	3.467,7	\$ 13,16	14,0	123,0	971,3	g
C003	Cebolla	3,0	0,1	1,0	1,7	35.168,1	18.349,9	9.820,0	19.331,9	\$ 6,37	15,2	8,5	265,0	g
C004	Tomate	3,0	0,1	1,0	1,7	32.713,0	17.068,9	5.691,0	17.638,0	\$ 5,67	14,3	2,1	97,8	g
C005	Lechuga	3,0	0,1	1,0	1,7	3.880,9	2.025,0	4.370,0	2.462,0	\$ 16,33	9,4	4,5	261,5	g
C006	Pechugas De Pollo	1,0	0,0	1,0	1,7	34.645,7	10.436,9	7.467,0	10.685,8	\$ 18,04	14,2	6,6	353,1	g
C007	Alas De Pollo	1,0	0,0	1,0	1,7	102,0	30,7	48,7	32,4	\$ 17,81	6,4	207,2	236,3	und
C008	Jamón	1,0	0,0	1,0	1,7	71,7	21,6	48,6	23,2	\$ 23,53	2,6	985,0	924,7	und
C009	Tocineta	1,0	0,0	1,0	1,7	23,9	7,2	34,2	8,3	\$ 4,65	2,4	4.752,0	797,8	pack
C010	Papa Chip	1,0	0,0	1,0	1,7	4.645,3	1.399,4	1.363,0	1.444,8	\$ 25,66	1,7	10,0	644,3	g
C011	Huevo	1,0	0,0	1,0	1,7	34,9	10,5	30,5	11,5	\$ 22,36	5,4	933,0	485,5	und
C012	Huevo Codorniz	1,0	0,0	1,0	1,7	67,3	20,3	38,3	21,6	\$ 15,62	10,3	488,0	237,8	und
C013	Salsa Tomate	1,0	0,0	1,0	1,7	29,6	8,9	27,9	9,9	\$ 17,22	14,0	425,0	170,9	Lt
C014	Mayonesa	1,0	0,0	1,0	1,7	8,4	2,5	18,5	3,1	\$ 4,09	10,1	812,0	110,3	Lt
C015	Orégano	3,0	0,1	1,0	1,7	24.306,0	12.682,3	7.420,0	13.424,3	\$ 1,58	3,9	18,3	333,2	g
C016	Salsa Bbq	1,0	0,0	1,0	1,7	14,3	4,3	30,3	5,3	\$ 20,86	11,6	573,0	249,7	Lt
C017	Salsa Tártara	1,0	0,0	1,0	1,7	4,4	1,3	29,3	2,3	\$ 23,74	5,3	683,0	424,6	Lt
C018	Chile	3,0	0,1	1,0	1,7	57,2	29,9	55,9	35,4	\$ 5,51	13,2	616,0	169,5	und
C019	Champiñones	3,0	0,1	1,0	1,7	15.461,9	8.067,6	10.459,0	9.113,5	\$ 9,44	12,4	17,9	534,6	g
C020	Pan Perro	1,0	0,0	1,0	1,7	62,9	18,9	33,9	20,1	\$ 21,81	11,7	701,0	298,1	und
C021	Pan Hamburguesa	1,0	0,0	1,0	1,7	49,3	14,8	42,8	16,3	\$ 19,39	14,9	522,0	241,2	und
C022	Carne De Cerdo	1,0	0,0	1,0	1,7	21.153,2	6.372,4	8.009,0	6.639,3	\$ 6,77	3,0	19,0	826,6	g
C023	Aguacate	3,0	0,1	1,0	1,7	19,4	10,1	30,1	13,2	\$ 5,48	9,0	439,0	127,1	und
C024	Aceite	1,0	0,0	1,0	1,7	23,6	7,1	33,1	8,2	\$ 12,53	5,6	6.312,0	966,1	Lt
C025	Azúcar	1,0	0,0	1,0	1,7	8.059,7	2.428,0	2.497,0	2.511,2	\$ 18,43	2,3	20,2	908,3	g
C026	Maíz Tierno	1,0	0,0	1,0	1,7	11.424,5	3.441,6	5.032,0	3.609,3	\$ 24,30	11,4	1,8	195,1	g
C027	Chorizo	1,0	0,0	1,0	1,7	47,4	14,3	41,3	15,7	\$ 25,58	10,6	826,0	405,5	und
C028	Salchicha Ranchera	1,0	0,0	1,0	1,7	44,1	13,3	28,3	14,2	\$ 12,98	12,2	760,0	214,0	und
C029	Salchicha Americana	1,0	0,0	1,0	1,7	51,2	15,4	32,4	16,5	\$ 24,67	9,1	488,0	293,0	und

Nota: Elaboración propia

El Layout para el Almacén o Centro de Distribución de una Empresa

El estudio actual describe claramente el estado del almacén del restaurante Ópalo para que sea posible examinar cómo el restaurante administra su almacén e inventarios para satisfacer de manera efectiva la demanda de ingredientes necesarios para la preparación de los diferentes platos, basándose en el sistema de producción utilizado por el restaurante.

Inicialmente, presentamos una descripción del almacén junto con su estructura actual. Posteriormente se presenta una propuesta de gestión del almacén con el fin de optimizar algunos procesos y mejorar los tiempos de respuesta, orden de inventario y atención al cliente.

Las empresas productoras de alimentos deben contar con un estudio de las materias primas, la frescura, el sabor natural, el color, el aroma, la textura, la apariencia y los beneficios nutricionales requeridos para servir en la mesa. Se lleva a cabo la construcción de instalaciones especializadas junto con todos los requisitos específicos del sitio para el almacenamiento en el sitio.

Conceptualización y contextualización

Cuando hablamos de la distribución o disposición de la empresa, nos referimos a la distribución de las partes de la empresa, es decir, máquinas, puestos de trabajo, áreas de almacén, pasillos y áreas comunes para crear una instalación de producción.

Este es un aspecto estratégico para cualquier empresa, ya sea de manufactura o de servicios. El layout o maquetación de la empresa es también la asignación de tareas a cada elemento productivo de la compañía. Por lo tanto, la toma de decisiones incluirá la división y asignación de tareas a los recursos productivos.

Figura 20 Plano del Layout actual de Restaurante Ópalo con la división del local frutería (Opalo, 2021)



Nota: Elaboración propia

Restaurante Ópalo cuenta con las siguientes áreas en su espacio:

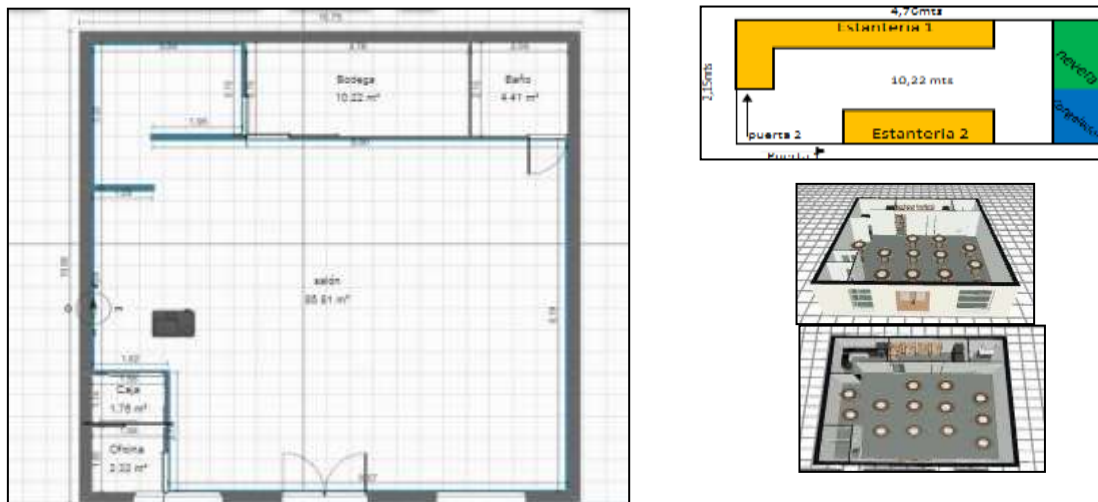
Tabla 13 Áreas del primer piso del Layout de Restaurante Ópalo

(Opalo, 2021)

Zona	Área
Baño	8,45 m ²
Cocina	15,65 m ²
Oficina	7,79 m ²
Bodega	9,60 m ²
Caja Registradora	6,24 m ²
Salón	56.89 m ²

Propuesta de mejora en el almacén o centro de distribución de la empresa Ópalo

Figura 21 Propuesta layout para el Restaurante Ópalo.



Nota: Elaboración propia

Tabla 14 Zonas y áreas de propuesta de layout para el Restaurante Ópalo

Zona	Área
Salón	77.45m ²
Baño	4.41m ²
Bodega	10.22m ²
Oficina	2.32m ²
Caja	1.76m ²
Cocina	8.46m ²
Total	104.62m²

Nota: Elaboración propia

El área interna del restaurante es de 104.62 m² a 106,59m² aproximadamente misma dimensión con la que se trabaja en esta propuesta de Layout, aquí se decide modificar algunas dimensiones muy poco y la ubicación y dimensión de la bodega de almacenamiento de materia prima con la que el restaurante se surte para realizar sus preparaciones y reduciendo muy poco las medidas del baño 0,42m² para darle algo de espacio a la bodega sin afectar el espacio de las

mesas para los clientes, adicional se suman dos puertas de acceso correderas para aprovechar espacios, una hacia la cocina para la salida de materia prima y otra hacia el salón de servicio para la recepción y almacenamiento de materia prima que ingresa según pedidos de requerimiento.

Con dicha modificación se logra:

Fácil acceso a materia prima para su uso en cocina.

Se aprovechan los espacios y adecuaciones del restaurante sin afectar a clientes.

Se pueden buscar los productos de refrigerado, congelado, despensa de alta y baja rotación de forma rápida y se puede hacer una adecuada rotación del producto.

Todo se ubica en un mismo espacio fácil para manejo de stock de inventarios.

Facilidad en la revisión y control diario de los productos perecederos para que los primeros en entrar sean los primeros en salir PEPS.

Menor tiempo en el alistamiento del plato, ya que se disminuye el tiempo de desplazamiento en ir a bodega (ubicación actual) por la materia prima.

Mejor servicio al cliente ya que no se pasaría por el salón donde están las mesas de servicio cada que se requiera algo de almacenamiento.

Mejora la eficiencia y eficacia en el proceso.

Facilitar la adquisición de la materia prima en cocina reduciendo tiempos de los desplazamientos.

Se omiten puntos ciegos del salón de clientes.

los procesos de aprovisionamiento y almacenamiento se verán más rápidos ya que se quiere implementar una zona de despacho de los platos al frente de las mesas. la capacidad de almacenamiento se ve viable por el uso de estanterías, gabinetes y neveras que permiten el alto flujo de inventario, así poder identificar rápidamente los suministros y realizando una

clasificación de los productos de acuerdo con sus características, beneficiando al cliente en la reducción del tiempo de espera durante su orden o pedido.

Restaurante Ópalo, tiene un inventario fluido el cual permite dar un adecuado aprovechamiento a los almacenes sin que allá stock, este flujo permite tener contacto cercano con los proveedores.

El Aproveccionamiento en el Restaurante Ópalo

Por lo general Restaurante Ópalo realiza los pedidos a sus proveedores los miércoles. De igual forma, Restaurante Ópalo realiza compras en el supermercado Price Smart los miércoles. Además, hay un control de inventario semanal, En cuanto a las solicitudes periódicas realizadas a través de la Placita Campo Verde, se realizan diariamente de acuerdo con las necesidades de la cocina, y se realizan de manera que se demuestre la diligencia del responsable del área, dado que así es como los proveedores del restaurante reciben las órdenes de compra y sujeto a su disponibilidad, se comprometen a realizar las entregas correspondientes. (Restaurante Ópalo, 23)

Conceptualización y contextualización

Es fundamental hacer una mejora en el aprovisionamiento de la empresa, para ello se tiene en cuenta que de esta manera es esencial la organización por Supply Chain Manager, el cual les dará un manejo adecuado a los recursos y ejecución de las actividades, partiendo de esto es necesario verificar los proveedores siendo este un ente fundamental dentro de la cadena de suministros, logrando así integrar sus servicios de calidad, eficiencia y mejora en sus entregas, para ello logrando así optimizar los recursos dentro de la compañía. Evidenciando la importancia de un adecuado manejo de los centros de distribución de una compañía dado que le permitirá establecer estrategias de gestión para mejorar el rendimiento de la organización a nivel interno y externo para así entender las demandas del mercado, con el cumplimiento de los acuerdos para los pedidos del cliente, manejando así los tiempos entre los procesos y la integración de actividades.

Análisis de la situación actual del proceso de aprovisionamiento en el Restaurante Ópalo

Está claro que la forma en que la organización ahora adquiere sus suministros es bastante estándar, directa e incluso automatizada porque tiene poca influencia sobre qué proveedores se

eligen para respaldar los esfuerzos continuos de la organización para aumentar su rentabilidad; Está claro que la forma en que la organización ahora adquiere sus suministros es bastante estándar, directa e incluso automatizada porque tiene poca influencia sobre qué proveedores se eligen para respaldar los esfuerzos continuos de la organización para aumentar su rentabilidad; Fomentar la sana competencia en este tipo de entornos permitirá a los proveedores hacer un esfuerzo por innovar en sus procedimientos y productos, ya que ello depende de mantener un alineamiento constante con los intereses de Restaurante Ópalo para que sus productos sigan siendo las mejores opciones disponibles en el mercado actual. (Opalo, 2021)

Instrumento para recolección de la información

Figura 22 Instrumento para la recolección de la información de los proveedores

Valoración- Aprovisionamiento		Si	No	Ocasionalmente	No Aplica
1	Se evalúan los proveedores		x		
2	Los proveedores son estables	x			
3	Hay contratos de respaldo con proveedores		x		
4	Hay un plan de necesidades para la gestión de compras de MP y materiales	x			
5	La MP y materiales tienen una política de inventario		x		
6	Principal dificultad para el suministro pertinente de los materiales y MP	Disponibilidad proveedores			
7	Alternativa más usada para concretar pedidos	Llamada telefónica			
8	Hay dificultades en el transporte para el aprovisionamiento de materiales y MP			x	
9	Los proveedores son suficientes para el abastecimiento de MP y materiales	x			
10	La comunicación con los proveedores es constante y fluida	x			
11	Hay previsión de necesidad de MP en producción		x		
12	Tiene los suficientes equipos para la manipulación de MP		x		
13	Hay una variación constante en los precios de MP y materiales	x			
14	Se registra incumplimiento por parte de los proveedores según lo acordado			x	
15	Se registran pérdidas o hurtos de MP en su transporte		x		
16	Las compras son en su totalidad centralizadas	x			
17	Se realiza proceso de selección de los proveedores	x			
18	Se hace seguimiento y control de pedidos	x			
19	Se hace control en la recepción de los pedidos	x			
20	Se cuenta con un instrumento para el registro de las actividades en el aprovisionamiento		x		
21	El aprovisionamiento optimiza los costos en la empresa	x			
22	Se tiene a la mano la información de todos los proveedores	x			
23	Las compras satisfacen las necesidades de calidad y cantidad	x			
24	El aprovisionamiento aporta al proceso operacional de la empresa	x			
25	La manera de compras más utilizada	Inmediata			

Nota: Elaboración propia

Para obtener información precisa de Restaurante Ópalo sobre la gestión del abastecimiento, en el apartado anterior se utiliza una estructura de check-list para la observación.

Diagnóstico de la situación actual del Restaurante ópalo

Al inspeccionar el cuadro con la información de la lista de verificación del proceso de pedido, se revela que el Restaurante Palo tiene 13 Verificaciones Positivas y 7 Verificaciones Negativas, con 2 Verificaciones ocasionales. Esto nos dice que es necesario fortalecer el actual proceso de pedidos y elaborar planes de acción para cada Cheque Negativo con el fin de hacerlo más efectivo, así como que la calidad del servicio que brinda Restaurante Ópalo sea eficiente.

Estrategia propuesta para el aprovisionamiento en el Restaurante Ópalo a partir del diagnóstico realizado

Teniendo en cuenta la oferta del restaurante, los miércoles se reciben diferentes ingredientes o materias primas. Las frutas y verduras son un ejemplo de materia prima que se prepara a diario ya que se encuadran en la categoría de alimentos perecederos y por tanto deben prepararse ende esta manera.

El aprovisionamiento propuesto tiene como finalidad lograr mejoras en los procesos logísticos de la SCM haciéndolos más efectivos y eficientes, reduciendo los costos de transporte, almacenamiento, riegos y desabastecimiento de insumos y materias primas que pueden generar caídas en las ventas y clientes perdidos.

La sugerencia contempla que Restaurante Ópalo genere un cronograma de solicitudes de pedidos de materias primas e insumos a fin de llevar un seguimiento de las fechas de entrega de dichos artículos, así como realizar compras en Campo Verde para reabastecer la cocina cada dos días en lugar de forma regular. También llama para tener en cuenta los procedimientos de almacenamiento, tener un refrigerador para mantener los alimentos frescos en su ubicación y

minimizar los costos de transporte. Para poder atender las necesidades existentes, también es necesario implementar una estrategia para el aprovisionamiento adecuado de materias primas en riesgo de agotamiento, verificar las fechas de vencimiento y destinar espacio para su almacenamiento.

Descripción del proceso de selección y evaluación de proveedores en el Restaurante Ópalo

Uno de los pilares de la cadena de suministro es el proceso de aprovisionamiento, por lo que es importante llevar un registro de los proveedores que nos abastecen de los insumos necesarios para llevar a cabo los procesos productivos, por ello, deben existir los siguientes criterios de evaluación y selección:

Seguimiento a los tiempos de entrega.

La excelente calidad de suministros.

Garantía de suministros.

Comparación de precio.

Medios de comunicación.

Asesoría.

Capacidad de Aprovisionamiento.

Facilidades de pago.

Debido a que la mayoría de sus compras se realizan a través de los canales de mercado, Restaurante Ópalo cuenta con un número muy reducido de proveedores. Esto se debe a que aprovechan las ofertas de sus proveedores siempre que pueden y utilizan varios métodos de pago y cantidades suministradas, durante tiempos de tiempo determinados por las exigencias de la demanda.

Tabla 15 Evaluación de proveedores correspondientes a las familias de productos (especias, frutas, lácteos, vegetales).

EVALUACIÓN DE PROVEEDORES POR FAMILIA DE PRODUCTOS RESTAURANTE ÓPALO		Familia De Productos		Especias	Frutas	Lácteos	Vegetales
Criterio	ponderación	Calificación	Puntos	Surtifruver Calificación	Puntos	Distrifruver Calificación	Puntos
Costo De Aprovisionamiento	20	10	300	9	270	1	30
Fiabilidad	10	9	90	2	20	10	100
Imagen	5	8	40	9	45	9	45
Calidad	10	10	100	2	20	7	70
Cumplimiento De Plazos	10	10	100	7	70	3	30
Condiciones De Pago	10	2	20	8	80	2	20
Capacidad De Cooperación	10	4	40	3	30	1	10
Flexibilidad	5	10	50	9	45	9	45
Garantía	5	8	40	7	35	7	35
Asesoría	5	4	20	2	10	9	45
TOTAL	100		800		625		430
Ponderado			43%		34%		23%

Nota: Elaboración propia

Tabla 16 Evaluación Proveedor familia carnes especias lácteos y procesados

EVALUACIÓN DE PROVEEDORES POR FAMILIA DE PRODUCTOS RESTAURANTE ÓPALO		Familia De Productos		Carnes	Especias	lácteos	Procesados
Criterio	ponderación	Calificación	Puntos	Carulla Calificación	Puntos	Price Smart Calificación	Puntos
Costo De Aprovisionamiento	30	6	180	5	150	7	210
Fiabilidad	10	3	30	4	120	10	300
Imagen	5	9	45	6	180	3	90
Calidad	10	9	90	2	60	10	300
Cumplimiento De Plazos	10	5	50	10	300	8	240
Condiciones De Pago	10	2	20	4	120	4	120
Capacidad De Cooperación	10	3	30	10	300	8	240
Flexibilidad	5	6	30	7	210	1	30
Garantía	5	10	50	5	150	5	150
Asesoría	5	8	40	3	90	8	240
TOTAL	100		565		1680		1920
Ponderado			14%		40%		46%

Nota: Elaboración propia

Tabla 17 Evaluación de proveedores correspondientes a las familias de productos (Desechable, insumos).

EVALUACIÓN DE PROVEEDORES POR FAMILIA DE PRODUCTOS RESTAURANTE ÓPALO		Familia de productos Plásticos Y Desechables La Esperanza		desechabl es Plasti SA	insumo s	Desechables Álamos	
Criterio	ponderaci ón	Calificaci ón	Punto s	Calificaci ón	Puntos	Calificaci ón	Punto s
Costo de aprovisionamie nto	30	9	270	7	210	5	150
Fiabilidad	10	8	240	8	240	6	180
imagen	5	6	180	2	60	6	180
calidad	10	8	240	5	150	8	240
cumplimiento de plazos	10	8	240	9	270	4	120
condiciones de pago	10	8	240	8	240	6	180
Capacidad de cooperación	10	7	210	7	210	9	270
flexibilidad	5	1	30	10	300	10	300
Garantía	5	8	240	1	30	9	270
asesoría	5	7	210	8	240	1	30
TOTAL	100		2100		1950		1920
Ponderado			35%		33%		32%

Nota: Elaboración propia

Tabla 18 Evaluación de proveedores correspondientes a las familias de productos (bebidas vegetales).

EVALUACION DE PROVEEDORES POR FAMILIA DE PRODUCTOS RESTAURANTE ÓPALO		Familia de productos Postobón		Bebidas Procesada s Bavaria		Big Cola	
Criterio	Ponderació n	Calificació n	Punto s	Calificació n	Punto s	Calificació n	Punto s
costo de aprovisionamien to	30	6	180	9	270	2	60
Fiabilidad	10	8	240	3	90	5	150
imagen	5	6	180	8	240	6	180
calidad	10	4	120	1	30	10	300
cumplimiento de plazos	10	5	150	3	90	8	240
condiciones de pago	10	3	90	9	270	1	30
Capacidad de cooperación	10	6	180	10	300	2	60
flexibilidad	5	9	270	8	240	9	270
Garantía	5	6	180	10	300	2	60
asesoría	5	4	120	10	300	3	90
TOTAL	100		1710		2130		1440
Ponderado			32%		40%		27%

Nota: Elaboración propia

Procesos Logísticos de Distribución

Las empresas evidencia constantes cambios en el entorno y los mercados que las obligan a hacerlo estableciendo estrategias que les permitan competir, si no las tienen, introducir nuevos métodos de gestión en el sistema. Esta es una parte fundamental de esta mejora. Las organizaciones de gestión de la cadena de suministro consideran que este es un factor clave en gestionar recursos y realizar operaciones.

Conceptualización y contextualización

También se dará a conocer qué el Restaurante Ópalo utilizara la estrategia de distribución que es la más conveniente en función de la actividad económica que se desarrolla, las ventajas de implementar el Cross-Docking, que es el servicio de embarque directo y cómo puede beneficiar al Restaurante Ópalo los cambios en la industria de la distribución. De esta manera gestiona su proceso de distribución y que estrategias emplea en el servicio post venta, sistema de transporte, retorno de mercancías y demás temas relacionados con el proceso de distribución, así mismo la importancia de implementar DRP en la organización y los beneficios de su implementación.

Análisis de los procesos logísticos de distribución del Restaurante Ópalo

El propósito de esta fase es analizar los tipos y medios utilizados en las empresas para el normal y eficiente funcionamiento de sus procesos suministro de materias primas y productos semielaborados. Teniendo como ventajas, desventajas y características de cada uno, centrándose en el medio de transporte que el Restaurante Ópalo utiliza en su trabajo entrega y distribución. Este es uno de los puntos más importantes y adecuados de la compañía a partir de ahora el buen proceso de envío y de compra de materias primas, materiales y factores consumidos es necesario para la producción de un producto, para poder proporcionar un producto terminado es necesario tener en cuenta los puntos de ventas o entrega al cliente final, en nuestro caso el restaurante

Ópalo presta un servicio al consumidor por tal razón se debe garantizar el funcionamiento exacto, para ello se tiene en cuenta su ubicación geográfica y de esa manera se hace la selección de proveedores.

La adecuada gestión del transporte nos permite controlar mediante la implementación de estrategias la elección adecuada de los medios y modos de transporte a utilizar en los movimientos de los diferentes productos. Dentro de las estrategias para tener en cuenta esta: la planificación, aprovisionamiento, producción, distribución, y servicio al usuario.

Existen varios modos y medios de transporte dentro de la logística que aseguran la distribución de mercancías a los distintos lugares donde se pueden encontrar los clientes. Nuestra empresa estudio se caracteriza por usar el medio terrestre para el aprovisionamiento y despacho de productos.

Transporte terrestre

Esta opción es la más utilizada para distancias cortas. Se usa más comúnmente en países desarrollados con infraestructura que es adecuada para el transporte por carretera. Una amplia malla de carreteras permite una eficaz recolección y entrega de carga a los destinos. Esta industria también incluye el tráfico de mercancías, que es más asequible que el tráfico por carretera. El mayor beneficio del transporte terrestre es permitir la entrega eficiente de cualquier tipo de carga manteniendo la rentabilidad. Los alimentos de los perecederos están incluidos. Cabe señalar que esta no es la ruta financieramente más económica, pero es una que las empresas de transporte de mercancías pueden asumir en cantidades moderadas.

Ventajas: Económico: este sistema no necesita de vidas especializada ni estructuradas ya que hace aprovechamiento de la malla vial por donde transita cualquier vehículo, además, resulta

ser mucho más económico que otros medios de transporte como barcos o aviones incluso ferrocarriles o trenes.

Seguridad de la mercancía: Podemos transportar cualquier tipo de mercancía y de igual manera se puede adaptar a las condiciones que éste requiera ya sean refrigeradas en ambientes controlados, Por peso y tamaño de una manera adecuada para conservar la calidad de nuestro producto

Versátil: se consigue gran variedad de vehículos y medios de transporte que se adaptan a las necesidades y capacidades de aprovisionamiento y despacho de nuestra empresa

Amplia red de cobertura: por el aprovechamiento de la malla vial se tienen acceso a bastantes lugares ya sean de zona rural o zonas urbanas

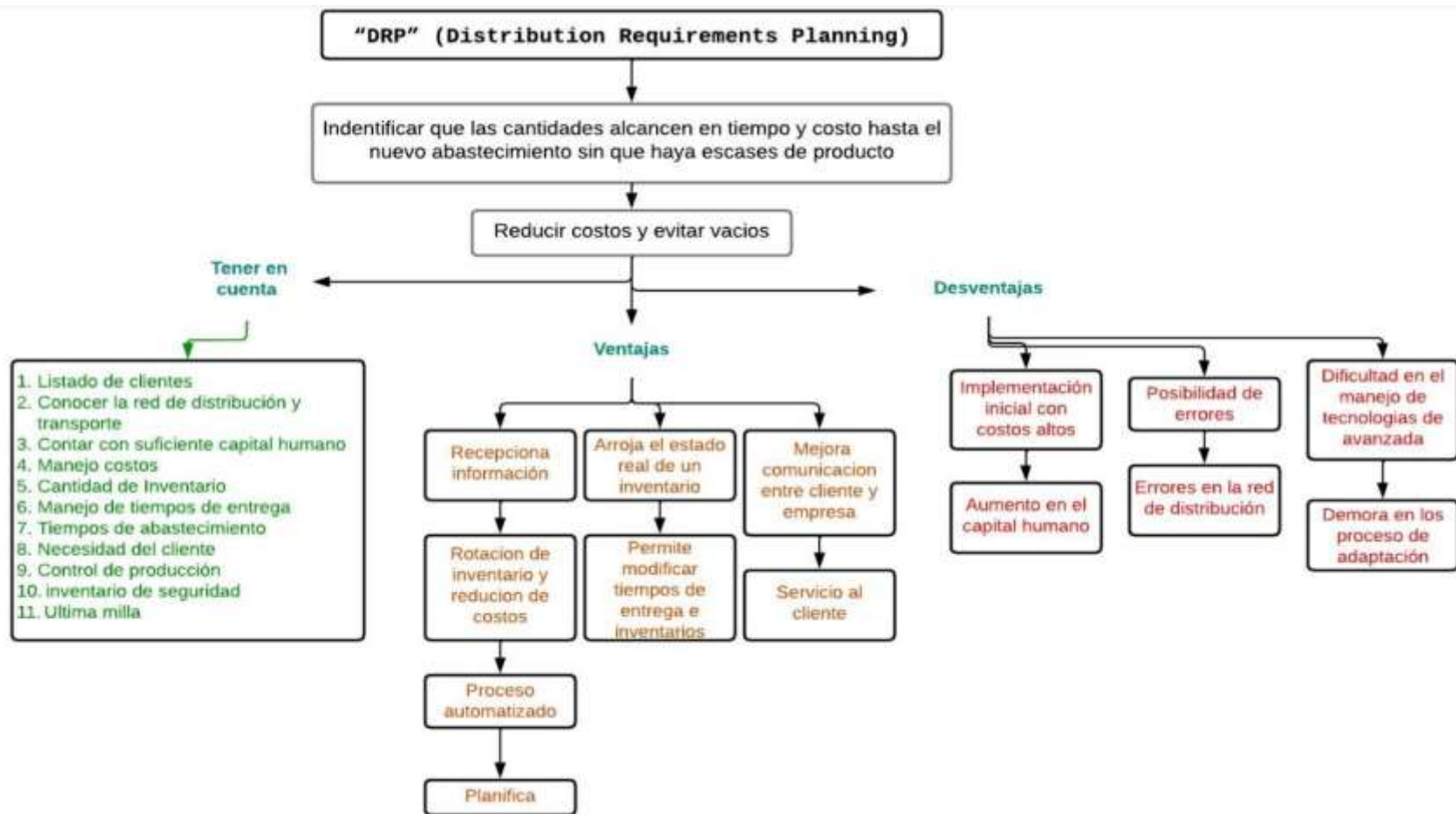
Desventajas: Distancias: Por el tipo de producto que manejamos solo nos restringe hacer envíos a nivel local no podemos recorrer distancias lejanas ya que afectaría la calidad del producto

Congestión de tráfico: El restaurante ópalo por su ubicación en plena capital de la ciudad puede presentar inconvenientes de entrega y retrasos en cumplimientos de los despachos por temas de congestión de tráfico.

Restricciones: Hay que tener en cuenta que para el aprovisionamiento y los despachos la ciudad de Bogotá tiene leyes que prohíben la circulación por placa de vehículos según días de la semana permitiéndonos no poder llegar a todos nuestros clientes

El DRP Planificación de los Recursos de Distribución

Figura 23 Mapa mental Distribution Requirements Plannig (DRP)



Nota: Elaboración propia

El TMS Software de Gestión de Transporte

Es el sistema que nos permite controlar los medios de transporte dentro de la organización, herramienta de importancia para poder mantener y hacer la ejecución de los procesos, ayudando a tener una buena administración de las cargas considerando todas las variables, este software debe de tener unas características de suma importancia las cuales de evidencias en:

Restaurante Ópalo tiene una estrategia de distribución continua, ya que la mayor participación de la venta está en una zona explícita con clientes fidelizados, para los pedidos a domicilio, donde se tiene el apoyo de las aplicaciones y medios de comunicación (teléfono), el cliente realiza el pedido desde casa.

Medios de Transporte Utilizados en el Restaurante Ópalo

procesos de aprovisionamiento, despacho de materias primas y distribución de sus diferentes productos

Figura 24 Ejemplo de camión con frigorífico o refrigeración



Este medio nos provee los diferentes tipos de productos de la familia carnes y lácteos (pollo, cerdo, res, quesos etc.). estos vehículos vienen aprovisionados para diferentes capacidades de carga, así como también con un termo King para garantizar la vida útil del

producto. En relación con el restaurante Ópalo. Tiene relación directa e indirecta ya que por una parte los productos llegan es estos vehículos al centro de acopio y venta y en ocasiones directamente al restaurante.

Automóvil: Este vehículo es de propiedad del dueño del restaurante y es utilizado para transportar insumos que se adquieren en menores cantidades en los almacenes y centros de acopio y distribuidores.

Identificación de la estrategia de distribución en el Restaurante Ópalo

La estrategia de distribución que actualmente se encuentra en el Restaurante Ópalo es de forma directa, ya que la mayor cantidad de su demanda está en zonas determinadas donde se encuentran los procesos de producción, por medio de la atención directa de los clientes a los colaboradores del restaurante sin tener intermediarios, cada pedido se tiene en cuenta en un periodo determinado según la solicitud que se tenga en los productos ofrecidos de la carta. Adicional se tiene los pedidos con domiciliarios, al tener aplicaciones como aliadas, directamente el cliente realiza la escogencia del menú desde su casa, La estrategia directa, permite a Restaurante Ópalo obtener la supervisión de los procesos de distribución, teniendo así implementaciones y mejoras para la disminución de los tiempos con el proceso de preparación y entrega.

Las estrategias actuales que se tienen para la distribución son; el poder complementar los cambios en los sistemas tecnológicos que se tienen, como una mejor herramienta para los inventarios y un mecanismo más sencillo para la verificación de las facturas de compra.

Como se tiene en SCM que poder llegar al cliente final se debe de seguir muchos procesos y lograr alcanzar la satisfacción del consumidor, hoy en día se puede recalcar en las empresas que los clientes son más exigentes, en lo que piensa, lo que quiere realmente satisfacer.

Conveniencia de la utilización de servicios de embarque directo

Para hablar de embarque directo es necesario analizar y clasificar los clientes de nuestra empresa para ver si cumple con los parámetros para aplicar dicho proceso. Nuestra empresa por ser distribuidora de comidas rápidas y almuerzos, y con su centro de atención es hacia la clientela local de la ciudad de Bogotá. Implica que su modelo de distribución ha trabajado bajo la modalidad de embarque directo. Como proveedor y por la simplicidad del proceso enviamos la comida elegida directamente al cliente final.

En días de alta demanda se puede cambiar la estrategia a embarque directo con recorridos rutinarios, que nos permite enviar en un mismo transporte varios pedidos de comidas a diferentes clientes, sin tener que recurrir a ningún intermediario y siempre y cuando se encuentre en la ruta

Viabilidad de la implementación de la estrategia de Cross Docking

El Cross-Docking es una estrategia logística que trata de reducir los tiempos para la mejorar de la cadena suministro, Para el Restaurante Ópalo No sería viable ya que se necesita una inversión económica alta para su funcionamiento, además su proceso comprende un largo periodo entre la llegada de los productos y su entrega final al cliente, para ello se dispone de más tiempo que no beneficiaría las utilidades del Restaurante Ópalo.

Determinación de la estrategia adecuada para los negocios del Restaurante Ópalo

A través del canal de distribución directos, el restaurante Ópalo venden sus productos directamente a los consumidores. Esta comercialización directa se realiza a través del

establecimiento, además, se consume el producto vendido. Al optar por esta estrategia tiene un alto coste ya que debe contar con un amplio equipo humano.

Beneficios en el Restaurante Ópalo con los cambios en la industria de la distribución

La comida se entrega al cliente final en óptimas condiciones.

Trato directo al cliente, lo que mejorara la fidelización con el Restaurante Ópalo.

Se reducen los costos de la distribución, ya que se lleva sin intermediarios.

Entregas en los tiempos establecidos o “just in time”

Niveles de satisfacción personal (NPS) altos

Crecerá el porcentaje el nivel de la clientela

Mega tendencias en Supply Chain Management y logística

Las mega tendencias representan cambios fundamentales en la capacidad de la cadena de suministro, y es crucial que las empresas puedan tenerlas en cuenta para administrar sus operaciones mundiales de manera más efectiva.

El mundo ha enfrentado varios desafíos recientemente debido a la contingencia del Covid-19 a nivel internacional, por lo que debemos mantenernos al tanto de los cambios más importantes. Para los expertos en logística y las personas implicadas en la cadena de suministro, las transiciones que forman la base de algunas de las mega tendencias definen las tendencias emergentes de la década e identifican la dirección del cambio.

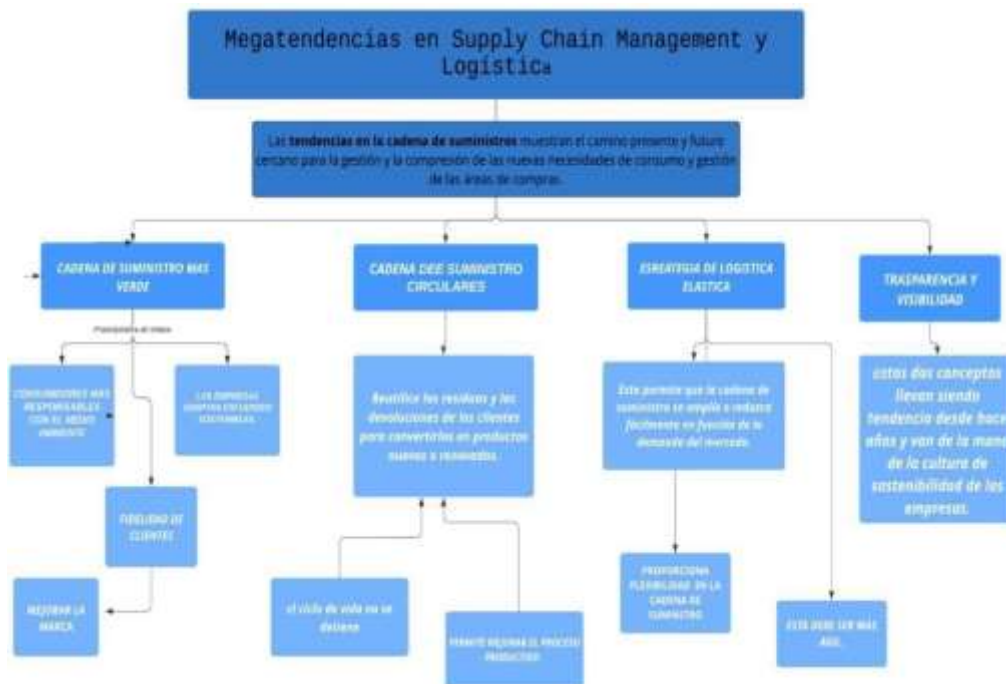
Las tendencias en la cadena de suministros muestran los caminos actuales y futuros para gestionar y acomodar las nuevas necesidades de los consumidores y gestionar las áreas de compras.

Conceptualización y contextualización

Conceptualización y contextualización: Se debe entender como definición de conceptos y contextualización como todo aquello que rodea a un hecho, el espacio y el tiempo en el cual ese proceso sucede. Ejemplo de contextualización, desde 2019 el almacén amplió sus instalaciones en la ciudad de Bogotá a como se conocen a la fecha. Antes tenía un tamaño equivalente al 60% del actual y funcionaba sin usar estanterías. No olvide borrar este espacio después de ser entendido.

Aspectos fundamentales de las mega tendencias en Supply Chain Management y logística

Figura 25 Mapa conceptual mega tendencias en Suplly Chain Management y logística.



Nota: Elaboración propia.

Factores críticos de éxito que dificultan la implementación de mega tendencias, en las empresas colombianas

Actualmente nos encontramos en un cambio y evolución tecnológica a nivel mundial, las nuevas tendencias del mercado han propiciado que las empresas renueven e implementen actividades, tecnologías y procesos que mejoran el desarrollo de sus productos o servicios e intensifican la economía de los países; los procesos de producción, comercialización, mercados, clientes y todo lo relacionado como equilibrio costo/servicio. en la aplicación de procesos logísticos.

El uso de tecnologías e innovación de mega tendencias en todos los métodos específicos de logística contribuye al desarrollo del país, mejora considerablemente la planificación, el

cumplimiento de indicadores y el proceso de aprovisionamiento y distribución obteniendo un crecimiento económico e inclusive la disminución en la tasa de desempleo en Colombia.

Al implementar estas nuevas estrategias que constantemente evolucionan en las empresas colombianas trae consigo beneficios en toda la cadena de valor logístico, resultados económicos, eficiencia y eficacia en la atención a necesidades de la oferta vs la demanda; pero asumir un cambio de estos se ve afectado por la complejidad económica, política, cultural, ambiental y social. La falta de capital humano capacitado y dispuesto, los escasos de capital empresarial, el mal estado de vías de transporte a nivel nacional por el poco o nulo desarrollo del plan de desarrollo territorial, los altos intereses y dificultades a la hora de créditos desde los bancos, los pocos apoyos desde el gobierno nacional a las empresas colombianas, la contaminación ambiental por la huella de carbono.

En los últimos años, los temas relacionados con la sostenibilidad y en especial con el medio ambiente han cobrado cada vez más importancia, principalmente por exigencias regulativas, pero principalmente por la presión que se ejerce sobre los consumidores, que aquellas empresas que no tienen aún procesos y programas incentiven el proceso como tal. Los responsables de gestionar la cadena de suministro de una empresa se enfrentan a importantes desafíos. Pero también a oportunidades que han estado ausentes durante mucho tiempo. Pocas empresas hoy en día no están convencidas de la importancia de los temas ambientales, en definitiva, hay menos empresas que llevan a cabo la importancia del tema ambiental, la razones podrían ser que el tema se dificulta con claridad como estos temas puedes contribuir significativamente al desempeño de las empresas y como pueden transformarse al posicionamiento frente a sus proveedores y clientes.

Conclusiones

Con la aplicación de la teoría vista en el Diplomado Supply Chain Management y logística en el Restaurante ópalo se analiza diferentes alternativas para incrementar la utilidad de los recursos para su servicio, mejorando los resultados y cumplimiento de metas; gracias a que gestionar un proceso en el restaurante implica un desarrollo entre el recurso y el stock presente en inventario, a la mano de obra utilizada y a las necesidades del cliente, mejorar las actuales estrategias y procesos, puede llevar al restaurante a ser uno de los mejores de la zona con un incremento en sus ventas diarias significativo; apoyados con las diferentes actividades logísticas como la gestión del transporte para optimizar y mejorar los procesos de entrega de producto terminado, realizar un seguimiento al proceso y mejorar mecanismos de entrega, para darle a este mejores beneficios a menores costos y un mayor rendimiento; desde que el plato está listo para ser entregado hasta el momento en que llega a su destino hay un sin fin de procesos a los que probablemente no se le ha prestado la atención debida, y aquí puede haber un beneficio tanto para el restaurante en cuando a ganancias como a la satisfacción del cliente y fidelización de este; prestar atención al tipo de transporte, el embalaje, los costos, tiempos de entrega, resultados esperados y demás actividades posibles de mejorar con la gestión del transporte en el proceso de la cadena de suministro y logística. Gracias a la Información que se relaciona, se puede evidenciar otra importancia de la logística y cadena de suministro en una empresa, lo indispensable de la buena comunicación, del buen manejo de la gestión, del cliente y del dinero en cada proceso logístico, ayudando a mejorar y corregir posibles fallas con capacidades de control e integración , cumpliendo y abasteciendo necesidades, implementando tecnologías, mejorando actividades desde el inicio de la materia prima hasta que este llega a su consumidor; con aspectos prácticos cómo se relaciona en los 7 manuales del Programa de Innovación

Logística de Aragón (Programa PILOT) como un gran apoyo a la mejora del proceso logístico. Dentro de todo lo propuesto aquí se obtiene un aprendizaje basado en trabajo en equipo, estrategias y normas, gracias a la teoría propuesta, evidenciando la importancia de los buenos procesos en cualquier empresa y los resultados que estos pueden generar. Katherine Carpeta

Toda empresa que tenga como finalidad la producción, venta, diseño de un producto, está ligada y hace parte de la cadena de suministros, de cierta forma estas empresas sin importar su tamaño o el tipo de mercancía que producen o distribuyen (materia prima, o producto terminado). pertenecen a la cadena de suministros.

Con esta actividad tomamos una empresa con la finalidad de desglosar todos los procesos internos y externos que hacen parte de esta. Tomamos cada uno de los procesos tanto de adquisición, transporte, almacenamiento e inventarios, despachos, entre otros, y a cada uno le realizamos un análisis exhaustivo, que nos permitió encontrar posibles falencias y de esta forma determinar estrategias acordes para ser implementadas como plan de acción y mejora en los procesos ya mencionados.

Es Impresionante como una empresa pequeña puede vincular tantos procesos logísticos, que a grandes largos uno cree que por la simplicidad del proceso no hay como mejorarlo o simplemente no va más allá, para poder ofrecer mejores servicios y encontrar una reducción en los gastos para llegar a la optimización esperada de los procesos.

El diplomado de Supply Chain Management. Nos llevó a investigar y a conocer diferentes herramientas y normativas vigentes que se pueden implementar en nuestra empresa estudio, nos invitó hacer una comparativa entre diferentes países usando diferentes criterios y ver cómo nos posicionábamos a nivel mundial, a raíz de esto indagamos en las nuevas mega tendencias y cómo podríamos implementarlas en nuestra empresa, de aquí salieron varias ideas;

una de ellas el uso de aplicaciones móviles para que el cliente desde la comodidad de su casa pueda seleccionar su comida favorita y con un solo clic generar su pedido.

Creo que el mayor fuerte y donde la empresa podría encontrar su mejor alternativa de mejora, es en la gestión del inventario, debido a que no tiene un control y por ser la mayoría productos perecederos, se están generando averías constantemente. Con el planteamiento del modelo ABC se espera tener una reducción en la pérdida de productos y un ahorro económico significativo que se verán reflejados como ganancias en un futuro si se realiza una adecuada gestión. Diego Pulido

Luego de haber realizado las actividades de las fases del curso donde se pudo tener un logro de cumplimiento en los objetivos identificando en cada una los procesos y las estructuras de la cadena de suministros para la empresa Restaurante Ópalo, por medios de los usos que se tienen en los modelos propios de la Ingeniería industrial, para así, proponer mejoras en los procesos logísticos, dichas mejoras están focalizadas en la red estructural, con la aplicación y el enfoques GSCF y APICS SCOR, modelo de gestión de inventarios de grandes beneficios para el Restaurante, así mismo permitir la eficiencia del manejo en las gestiones de los inventarios, por otra parte los cambios de la propuesta en la distribución layout de Ópalo buscara una mejor optimización de los espacios y más organización de la mercancía, en tanto a los medios de transporte y distribución del restaurante la mayor parte esta directa en las instalaciones ya que las entregas so directamente a los clientes, aunque también cuenta con alianzas con empresas prestadoras de servicio de distribución a domicilio.

Para el proceso de aprovisionamiento la empresa no tenía ningún procedimiento que permitiera realizar evaluación y la selección de sus proveedores, por ende, al evidenciar la importancia de esta herramienta se realizó la construcción de un instrumento que pudiera realizar

este check de calificación. Ya que al realizar la debida evaluación y seguimiento de los proveedores existentes y nuevos se tiene una ventaja sobre las comparaciones de precios, calidad y se evidencia un campo competitivo manteniendo una relación satisfactoria para apoyar los objetivos de la empresa. Para los beneficios de aplicar en Ópalo las estrategias DRP permitirá la facilidad de tomar decisiones a corto plazo; poder tener la identificación del cuándo, cuanto y que de mantener o despachar más pedidos para mantener los niveles correctos del inventario y el TMS, poder realizar las reducciones de los costos logísticos y nivelar los inventarios continuamente. Yuliana Galvis.

La empresa Restaurante Ópalo es un gran ejemplo que nos permite analizar los diversos procesos que se llevan a cabo y al mismo tiempo poder identificar y comprender la conexión que existe entre proveedores y clientes, los cuales están dando resultados, que se evidencian más eficientes y eficaces, haciendo así que el restaurante sea más capaz de colocar un producto en cada mesa de los comensales más rápido y de buena calidad en este mercado competitivo. Para concluir, se determina la importancia del Restaurante Ópalo, que integra y supervisa a los demás negocios participantes, o las empresas que tienen impacto en las operaciones del restaurante, identificando y destacando la importancia de cada uno de los tipos de conexiones a procesos, agrupándolos en el diagrama de red. La estructura horizontal debe identificarse con los proveedores y clientes que conforman la cadena de suministro. Estos proveedores no siempre son los liderados por la misma empresa, dependiendo del nivel de confiabilidad y calidad de las materias primas, la empresa puede tener o no relaciones cercanas con ellos que resultan en incremento de su valor para el restaurante. La red de proveedores, o red de valor, está conformada por numerosos actores que participan en diversas cadenas de suministro e incide en los niveles de responsabilidad, compromiso, disponibilidad, cumplimiento y certificaciones

requeridas por el negocio, teniendo en cuenta que estos actores acreditan a los proveedores y garantizan los requisitos de calidad del cliente. El grupo de trabajo diseña la red interna del restaurante, utilizando como base los procesos de construcción basados en la cadena de suministro, esto permite un análisis exhaustivo de la gestión de la organización, con un enfoque en la cadena de producción que se desarrolla desde el suministro de materia prima hasta la distribución al cliente en la mesa, al mismo tiempo que apunta continuamente a mejorar el sistema corporativo y sus relaciones con proveedores y clientes, podemos medir los procesos comerciales clave de una organización y compararlos globalmente con otros negocios utilizando el modelo Apics Score, este sistema está construido sobre indicadores y métricas que permiten determinar el grado de avance de cada uno de los 6 macroprocesos incluidos. David Stiven Velásquez Ospina.

Referencias

- Banco Mundial. (2016). *The Logistics Performance Index and its indicators*. Obtenido de <https://lpi.worldbank.org/international/global/2016>
- Broche Fernández, Y. R. (2010). *Procedimiento para la logística inversa de los residuos sólidos generados en PyMITH cubanas*. Santa Clara, Cuba: Trabajo presentado para optar por el título académico de Máster en Ing. Industrial. UCLV. .
- Castellanos M., Sánchez Torres E., Ríos Monsalve J., Barrera Herrera A., Erazo Paz L., Marroquín Meneses E., Muskus Salazar M., Salinas D., Suárez Escobar. (2020). *Manual APA*. UNAD.
- Council, A. S. (2015). *SCOR Quick Reference Guide*. Versión 11.0.
- Departamento Nacional de Planeación. (2008). *Conpes 3547. Política Nacional Logística*.
- Mosquera, A. (2015). *El manejo de las relaciones con los proveedores*. [imagen].
- Opalo, S. (Enero de 2021). (s.f). *Página de Facebook*. Obtenido de Inicio. Facebook.: <https://opalo-salitre.negocio.site/>
- Pinzón, B. (2002). *Los Procesos en Supply Chain Management*.
- Pinzón, B. (2005). *Supply Chain Management*. Conocimiento Útil I.
- Rocha Medina, L.B et al. (2020). *Gestión empresarial de la cadena de suministro*. ISBN 978-958-792-187-8, e-ISBN 978-958-792-188-5. Ediciones de la U.