

**SUPPLY CHAIN MANAGEMENT**

**PROYECTO FINAL**

**CURSO 207112-3**

**PRESENTADO A: INGENIERO BENJAMIN PINZON**

**DIRECTOR DEL CURSO**

**PRESENTADO POR:**

**JOSE CAMILO ACEVEDO**

**IVÁN CANTILLO MEDINA**

**FRANCISCO JAVIER RIVERA**

**JOSÉ AUGUSTO BANQUEZ**

**MARIO ANDRES MUNAR**

**UNAD**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA**

**NOVIEMBRE DEL 2012**

## **OBJETIVOS**

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

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

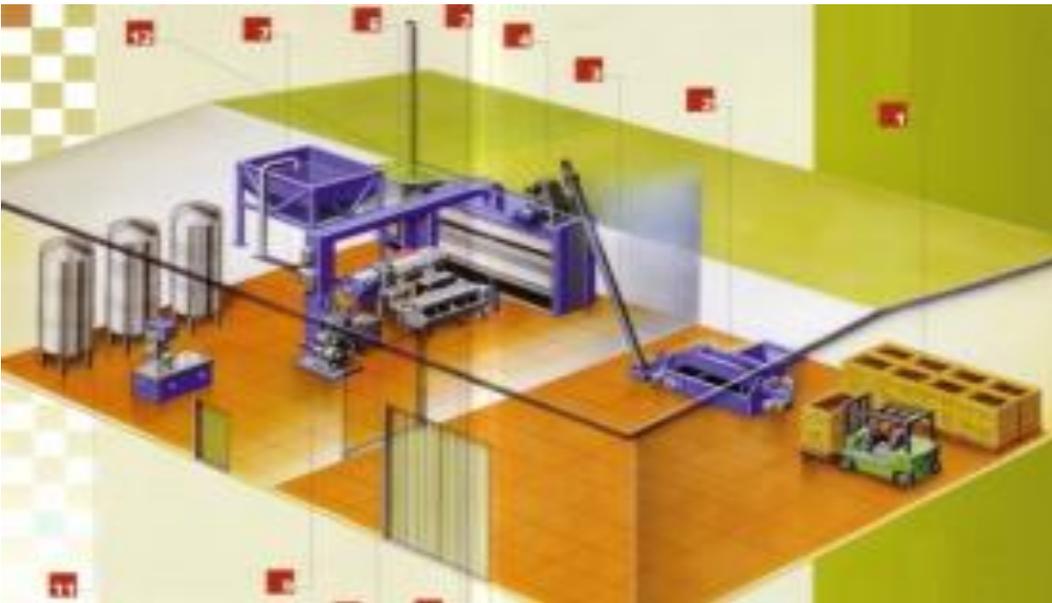
Hacer una logística perfecta es lograr, el producto perfecto en el cliente perfecto, al costo perfecto con el precio perfecto, en el momento perfecto y con la calidad perfecta, y el Supply Chain Management procura la realización de esto Gerenciando el Proceso Logístico desde el proveedor de materias primas hasta la mesa del consumidor en excelente aceite de cocina perfectamente elaborado por ACEITES CARIBE S.A.

## ADMINISTRACION DEL FLUJO DE MANUFACTURA

(Manufacturing Flow Management)

El proceso de administración del flujo de manufactura (Figura 6) trata con la fabricación de productos y el establecimiento de la flexibilidad necesaria en la manufactura necesaria para servir las metas del mercado. El proceso incluye todas las actividades necesarias para administrar el flujo del producto a través de todas las actividades de manufactura y obteniendo, implementando y administrando la flexibilidad.

Trata con la fabricación de productos y el establecimiento de la flexibilidad necesaria en la manufactura necesaria para servir las metas del mercado. Para ello es usado el siguiente esquema como herramienta de identificación de los sub procesos dentro de este proceso fabrica Aceites Caribe S.A



Estos sub-procesos nos permiten diseñar las estrategias que se implementaran en el proceso de mejoras en la producción de aceite, con el fin de mejorar y diseñar un nuevo plan para una mayor cobertura de clientes permitiendo así que una empresa genere mayor competencia y así mismo mejore sus procesos de acuerdo a las tendencias del mercado. Para lograr esto se debe desglosar cada una de las actividades pertinentes a cada eslabón dentro de cada sub-proceso con el fin de llegar a finalizar aplicando todo para que el proceso sea efectivo y eficiente:

1. Administración de las relaciones con el cliente- Revisar las estrategias de manufactura, aprovisionamiento, marketing y logística

- Establecer estados de preparación para futuros cambio del mercado.

**a. Estrategias para el área de manufactura**

- Iniciar con los pedidos de mayor tamaño
- En caso de retraso con un pedido se deberá informar al jefe de producción con el fin de este notificar a la empresa compradora sobre el percance ocurrido
- Establecer a manera de pronóstico los posibles cambios que pueden surgir en el mercado, a través del cual se organizará y analizará la información, para de esta manera diseñar un plan que contrarreste dicho cambio.

**b. . Estrategias para el área de aprovisionamiento**

- Fortalecer los lazos entre la empresa-compradores mediante incentivos de descuentos, cierto número de productos por el mismo precio
- Fortalecer los lazos entre la empresa- proveedores mediante incentivos de más compra de materia prima vendida.
- Incentivar a futuros clientes mediante bonos de compra, etc.

**c. Estrategia para el área de marketing**

- Emplear estadísticas otorgadas por el DANE con el fin de que con estas se pueda mejor el mercado quela abarca e iniciar procesos para expandir la empresa a distintos lugares del país como del mundo.
- Se realizará una predicción de las ventas con el fin de:
  - ❖ Reducir el exceso de inventario
  - ❖ Menores faltas de inventario cuando la demanda supera la oferta
  - ❖ Reducción de la necesidad de fabricar innecesariamente para cubrir la Posible demanda no anticipada.
  - ❖ Reducción de las horas extras y requerimientos de personal.
  - ❖ Mejorar el servicio al cliente como resultado del equilibrio entre la oferta y la demanda.

**d. Estrategia para la logística.**

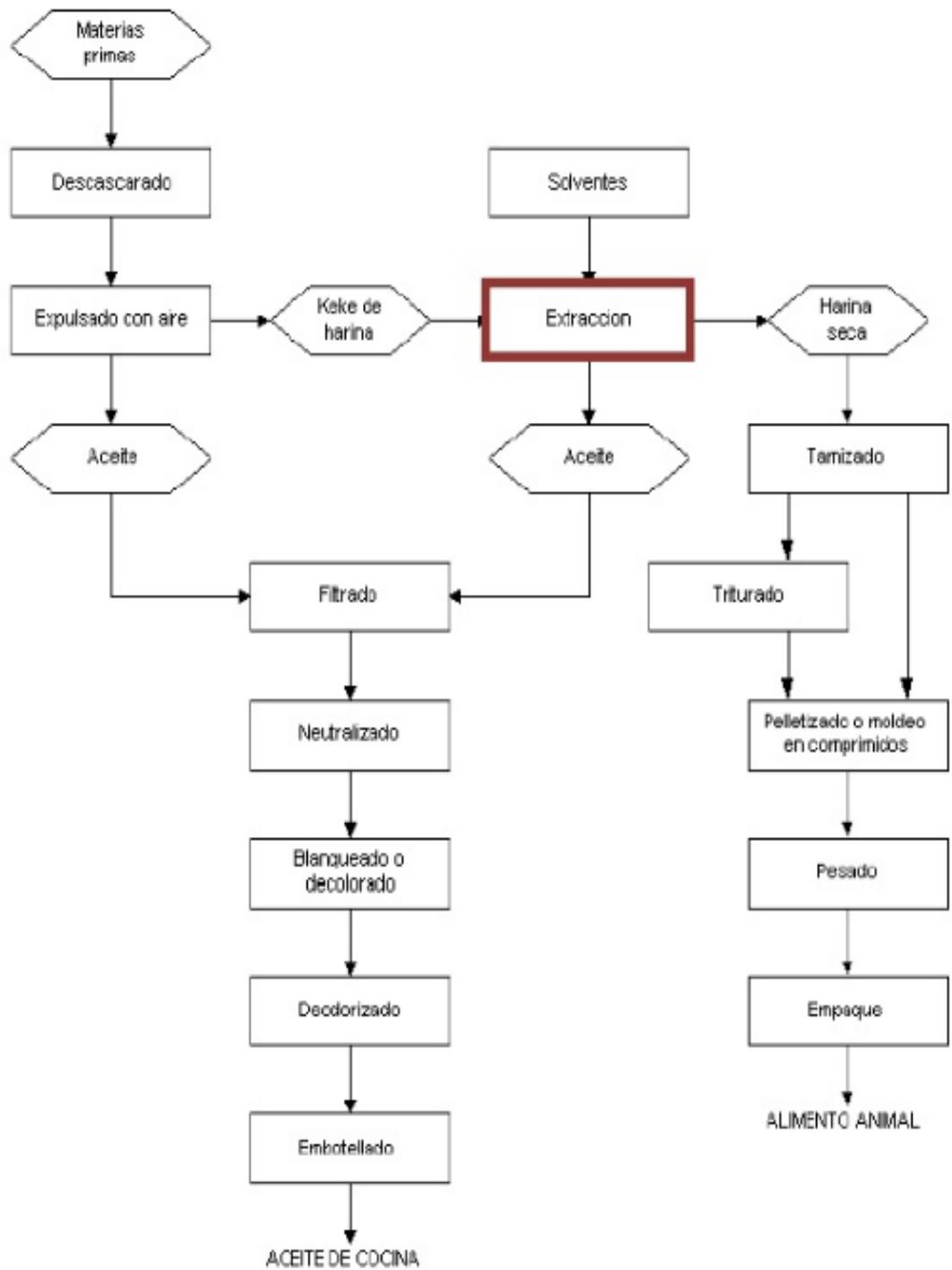
- Para la parte de producción se observará la maquinaria que se demora más en realizar su proceso con el fin de ajustar las demás a dicha velocidad y evitar cuellos de botella.
- Se determinará el número de unidades de botellas de aceite dependiendo el tamaño que necesitan ser producidas

- Se establecerán intervalos de tiempo en los cuales hay que fabricar.
- Se diseñara un plan de disponibilidad de los equipos, materiales y personal necesario.
- Para la parte de almacenamiento se deberá tener un control sobre este para que una mercancía por máximo se encuentre entre 3-5 días antes de ser despachada al cliente.
- Se diseñara un plan en la gestión de inventarios que minimice:
  - ❖ Capital inmovilizado
  - ❖ Costos de mantenimiento.
  - ❖ deterioros y reelaboraciones.
  - ❖ productos vencidos.

ACEITES CARIBES S.A



## FLUJO DEL PROCESO ACEITE CARIBE S.A



## **La empresa planifica sus compras**

- Disponibilidad de existencias y continuidad en el suministro
- Proveedores nacionales
- Proveedores internacionales importa maquinaria, materias primas, insumos.

## **Disponibilidad de existencias, qué exportó**

- Materias primas, insumos y productos terminados

## **Competidores (dónde están, quiénes son)**

- Competir en el mercado internacional con proveedores locales
- Conocer su competencia de otros países

## **La estrategia de marketing y ventas que se debe seguir para ofrecer el mejor servicio**

- Tener diseñada la cadena logística.
- Conocer la duración del ciclo del pedido
- Estar sincronizados con los procesos de producción y marketing
- Conocer los puntos críticos de la cadena de abastecimiento y donde están las principales
- Conocer los componentes de las operaciones para trasladar los paquetes
- Conocer la composición de los costos de la cadena de abastecimiento internacional

## **Modos de transporte a nivel local e internacional**

- Calidad en la entrega

## **Conocer las prácticas comerciales de mis clientes**

- Tamaño de los pedidos
- Frecuencia en la entrega
- Lugar de entrega y tiempo
- Tiempo entre el pedido y la entrega
- Entrega de los productos, en sus fábricas, almacenes del cliente final, centros de y conocer los permisos y documentos requeridos por los clientes para que no tener contratiempos en una transacción comercial como: certificados de origen, facturas, certificado sanitario, visa textil, certificados CITE, idioma de las mismas.
- Confiabilidad en la entrega, punto de entrada

## **Alianzas estratégicas a desarrollar con sus Proveedores de productos**

- Proveedores de servicios
- Clientes
- Competidores

### **ADMINISTRADOR DE RETORNO**

Una efectiva administración del retorno es parte crítica del supply chain management. Muchas firmas son negligentes a los procesos de retorno porque la administración no cree que es importante, este proceso puede llevar a la compañía a tener una sustentable ventaja competitiva. Una efectiva administración del proceso de retorno permita a la firma identificar oportunidades de mejoramiento en productividad y abrirse paso en sus proyectos.

#### **EL PROCESO ESTRATEGICO**

En el primer paso, el equipo revisa las normas legales medioambientales.

Los miembros del equipo necesitan entender las leyes que aplican al uso de productos y productos planeados. Ellos también necesitan reconocer las reglas asociadas con compañías reconocidas y normas de embalaje.

Después, el equipo desarrolla evitar retornos, compuertas de seguridad y parámetros de disposición. Evitar retornos significa fabricar y vender el producto de una forma que los retornos sean mínimos.

#### **EL PROCESO OPERACIONAL**

En el nivel operacional, el proceso de retorno (Figura 9.2) trata de administrar las actividades del retorno del día a día. El proceso es iniciado cuando el requerimiento por un retorno es anunciado por el cliente. Este puede ser un ítem retornado por el consumidor final, o por el minorista, o el distribuidor retorna ítems que no fueron vendidos. En muchos casos, estos retornos se reciben a través del proceso de administración del servicio al cliente.

En este proceso se administran las actividades asociadas con las devoluciones que tengamos por defectos frascos de aceite ACEITES CARIBE o retornos y

logística reversa (reusó, reciclaje, ingeniería de recuperación) este proceso esta compuesto por subprocesos estratégicos y operacionales.

La logística refiere a la gerencia del flujo de materiales desde su punto de adquisición hasta su punto de consumo. Sin embargo debemos tener presentes los objetivos y el movimiento del flujo que lo conforman para adentrarnos a la concepción de la logística reversa.

La logística tiene como finalidad dirigir las acciones de las partes participantes dentro de la cadena de abastecimiento. Se encarga del movimiento de bienes entre un punto y otro, los cuales pueden estar tanto dentro o fuera de la empresa.

Se identifican dos movimientos o flujos dentro de la logística.

La administración de retorno es un proceso crítico que requiere de una planeación y ejecución efectiva a través de la empresa Aceites Caribe S.A. Es un proceso de extensión de las fronteras que requiere de una interacción de los miembros de la organización.

# SUBPROCESOS ESTRATÉGICOS Y OPERACIONALES



## **MEDIOS Y TRANSPORTE ACEITES DEL CARIBE S.A**

Los medios y transportes son algo muy importante para el éxito de una empresa, porque de esto depende que el producto llegue a tiempo, en buen estado al consumidor final satisfaciendo sus necesidades, por eso hay que hacer un buen análisis a la hora de escoger el medio y modo a utilizar porque no solo se trata de satisfacer al cliente, para que vuelva a adquirir nuestros productos, sino también al recibir nuestras materias primas justo a tiempo. Además muy importante debemos generar utilidades, y en esto los modos y medios juegan un papel muy importante, porque si no se hace un estudio de que modo o medio de transporte es el menos costoso se podría entrar en pérdidas.

Primero que todo definiremos unos conceptos básicos del transporte y modos de transporte:

Transporte es el medio de traslado de personas, productos o bienes desde un lugar a otro.

El transporte comercial moderno esta al servicio del interés publico e incluye todos los medios e infraestructuras implicados en el movimiento de las personas o bienes, así como los servicios de recepción, entrega y manipulación de tales bienes o productos.

### **MODOS DE TRANSPORTE**

- CARRETERA
- FERROCARRIL
- MARITIMO
- FUVIAL
- AEREO
- TUBERIA
- COMBINADO

### **TRANSPORTE DE CARRETERA**

Es el medio utilizado para transportar personas o productos, utilizando la red de carreteras del país.

ACEITES DEL CARIBE S.A utiliza este servicio ya que le ofrece una serie de ventajas como:

- Mas barato
- Servicio puerta a puerta
- Restricciones moderadas al transporte de ciertas mercancías
- Mayor posibilidad de negociar (horarios y precios)
- Flexibilidad (se aceptan todas las demandas y requerimientos del cliente)
- Comunidad (medio más utilizado en cualquier parte del mundo)
- Trazabilidad: seguimiento con los nuevos sistemas.

### **El transporte terrestre tiene algunas desventajas como son :**

Muy contaminantes (emisiones y residuos por eso lo importante el envasado y empaque de nuestro producto ACEITE DEL CARIBE S.A).

El mal estado que se encuentran las vías de nuestro país en algunas regiones que dificultan el transporte del producto o materias primas donde nos dificulta la entrega justo a tiempo.

La alta siniestralidad de toneladas por kilómetros.

Otra alternativa de transporte aunque menos usual pero que utilizamos en Aceites del Caribe es el transporte aéreo cuando necesitamos transportar volúmenes grandes de pedido a un cliente importante:

- Es mas rápido
- Mayor cobertura geográfica
- Seguridad tasa de siniestralidad baja
- Flexibilidad
- Permite la intermodalidad.

### **TRANSPORTE DE INSUMOS**

Esta maquinaria tiene una capacidad de carga de 80 kg a 500kg, allí se transportan cajas algunos insumos del conservantes, químicos, sales, harinas y grasas saturadas. Estas maquinas de transporte se utilizan para desplazar los insumos por medio de varios tipos de trasportes internos que utilizamos en Aceites Caribe S.A como son bandas transportadoras, estibadores y montacargas desde el origen hasta la planta de producción.



## **TRANSPORTE DE MATERIAS PRIMAS**

Las Materias Primas deben ser almacenadas y transportadas en condiciones apropiadas que aseguren la protección contra contaminantes. El depósito debe estar alejado de los productos terminados, para impedir la contaminación cruzada. Además, deben tenerse en cuenta las condiciones óptimas de almacenamiento como temperatura, humedad, ventilación e iluminación.

El transporte debe prepararse especialmente teniendo en cuenta los mismos principios higiénicos-sanitarios que se consideran para los establecimientos.

La estructura del establecimiento no tiene que estar en zonas que se inundan, que contengan olores objetables, humo, polvo, gases, luz y radiación que pueden afectar la calidad del producto que elaboran. Los internos deben tener una superficie pavimentada para permitir la circulación de camiones, transportes internos y contenedores.

En los edificios e instalaciones, las deben ser sólidas y sanitariamente adecuadas, y el material no debe transmitir sustancias indeseables. Las deben impedir la entrada de animales domésticos, insectos, roedores, moscas y contaminantes del medio ambiente como humo, polvo, vapor.

Asimismo, deben existir tabiques o para impedir la contaminación cruzada. El debe ser amplio y los empleados deben tener presente que operación se realiza en cada sección, para impedir la contaminación cruzada. Además, debe tener un que permita realizar eficazmente las operaciones de limpieza y desinfección.

Las materias primas y el producto final deben almacenarse y transportarse en óptimas para impedir la contaminación y/o la proliferación de microorganismos. De esta manera, también se los protege de la alteración y de posibles daños del recipiente. Durante el almacenamiento debe realizarse una inspección periódica de productos terminados. Y como ya se puede deducir, no deben dejarse en un mismo lugar los alimentos terminados con las materias primas.

Los de transporte deben estar autorizados por un organismo competente y recibir un tratamiento higiénico similar al que se de al establecimiento. Los alimentos

refrigerados o congelados deben tener un transporte equipado especialmente, que cuente con medios para verificar la humedad y la temperatura adecuada.



## **TRANSPORTE DEL PRODUCTO FINAL**

En transporte de nuestros productos final en ACIETES DEL CARIBE S.A despachamos, aceites de diferentes calidades, margarinas, grasas envasados y empacados en cajas para su transporte, bien sea por medio terrestre o aéreo bajo unos criterios como son:

Seguimiento a la utilización de las capacidades.

Seguimiento del costo por unidad de transporte, por tona de transporte, valorización de condiciones optimas.

- Tasa del servicio.
- Nivel del servicio.
- Ordenes despachadas al tiempo
- Tiempos de entrega
- Daño en el transporte o daño de fabrica
- Participación del transporte o vía de embarque
- Costo de distribución global y por transporte contra la venta mensual lo anual
- Costo operativo

## **MEDIOS DE TRANSPORTE TRASLADO DE MERCANCÍA**

El transporte utilizado de la mercancía al embarque, son maquinas de carga como montacargas, que sacan el producto de los estantes ya previamente clasificados por las diferentes calidades donde están plenamente identificadas, después en el montacargas son llevadas al sitio de embarque al camión.

La mercancía a sr transportada debe estar limpia y en buenas condiciones, al igual que los vehículos para el transporte deben estar en condiciones optimas para prestar el servicio, preferiblemente no usar vehículos que han sido utilizados para el trasporte de animales, abono orgánico o productos químicos.



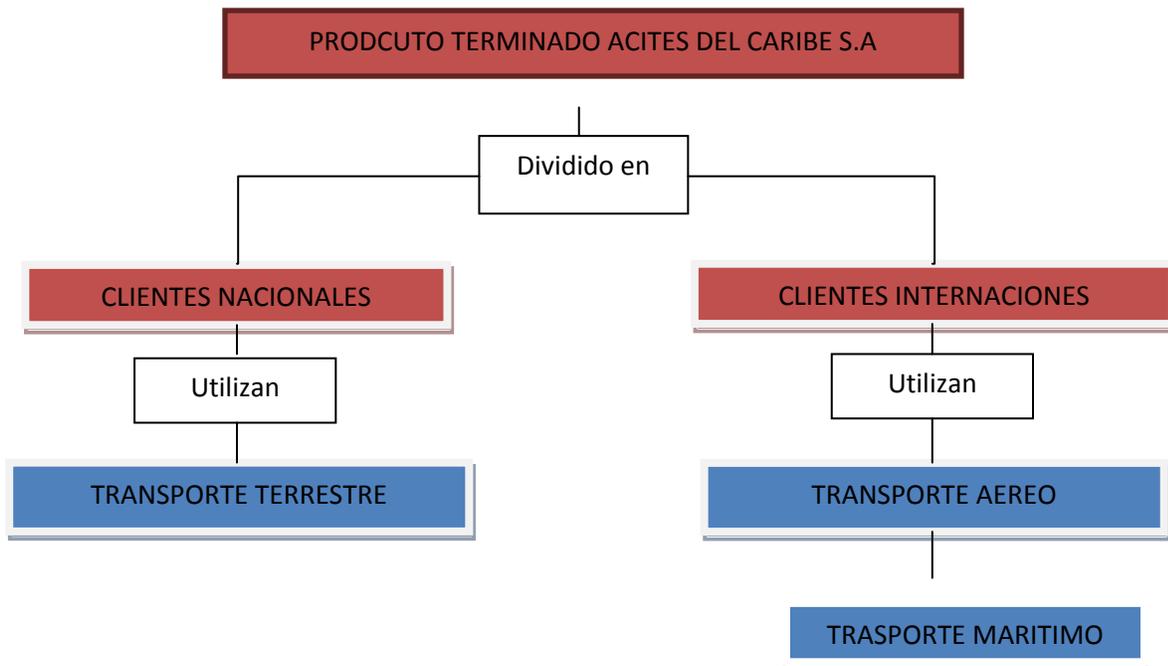
**MEDIOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS POR ACEITES DEL CARIBE S.A**



Finalmente ya cargada la mercancía en el medio de transporte (. Terrestre, aéreo, marítimo) se dirige a su destino, el cual es la entrega al distribuidor, usuario y/o consumidor final.



## ESTRUCTURA DEL TRANSPORTE ACEITES DEL CARIBE S.A



**Selección:** Para interpretar cada sistema utilizado, lo haremos mediante el análisis de cada destino (Nacional o Internacional).

Para el primer caso, utilizamos el transporte Terrestre para destinos locales o regionales, de acuerdo a la negociación establecida con el cliente. Esta selección se realiza teniendo en cuenta aspectos como el precio del flete; solicitud del pedido, otro aspecto contemplado en la selección tiene que ver con la importancia o disponibilidad del tiempo de entrega requerido por el cliente.

Para las entregas Internacionales (EXPORTACIONES), el sistema logístico es más complejo, debido a los requerimientos legales que este tipo de operaciones amerita. Sin embargo, la primera fase de la exportación utiliza un medio terrestre,

para llevar la carga al puerto marítimo, especialmente en Barranquilla o Santa Martha y en casos al aeropuerto cuando en ocasiones el pedido o el cliente lo exige.

Cabe anotar que para cualquier caso existen procedimientos y manuales que orientan las acciones no solo en la consecución del medio de transporte, sino también en los procesos operativos que se originen con el despacho de los productos de ACEITES DEL CARIBE S.A.

### CANAL DEL TRANSPORTE PARA EL CONSUMIDOR



Los principales criterios de selección al elegir un medio de transporte o una empresa prestadora del servicio, son los siguientes:

| PARAMETRO      | OBJETIVOS   |
|----------------|---|
| COBERTURA      | Que cubra las zonas geográficas requeridas              |
| UBICACIÓN      | Acorde al origen o destino de las mercancías            |
| DISPONIBILIDAD | Frecuencias diarias (nacionales) o semanales (exterior) |
| PUNTUALIDAD    | Referencias históricas de cumplimiento                  |
| PRECIO         | Tarifas adecuadas y competitivos dentro del mercado     |
| CAPACIDAD      | Volumen de la flota ofrecido por el oferente            |
| RESPALDO       | Experiencia en el mercado                               |

## SELECCIÓN DE PROVEEDORES

Al identificar la relevancia que tienen los proveedores dentro de la cadena de suministro, es de capital importancia analizar cada uno de los pormenores que componen el proceso de selección y evaluación de los proveedores, ya que definitivamente las acciones de la editorial no funcionarían si no existiera una completa armonía con este componente de la SCM.

Es de anotar que la empresa actualmente cuenta con un sistema de calidad junto con su última actualización de la norma (ISO 9001:2008), y consecuentemente existen instructivos y procedimientos para el departamento de compras, así como para la selección y evaluación de proveedores. No obstante, existen parámetros que de acuerdo a la experiencia y a la observación, pueden ser modificados mediante una propuesta que genere cambios positivos en este proceso.

### IMPORTANCIA DEL PROCESO

La organización de este componente de la Supply Chain Management, tiene diversas perspectivas que deben ser analizadas por separado, con el fin de obtener una visión más amplia de su verdadero rol en la organización:

Importancia con  
Los Recursos

Una buena integración permite no solo el vínculo comercial, sino también la capacitación del Recurso Humano en manejo, conocimiento o normatividad de los productos adquiridos.

Importancia en la  
Creación de valores

Los proveedores asumen los retos de la Editorial como Propios, lo cual permite una mayor calidad y un mejor servicio entregado al cliente.

## DIRECTRICES DE LA RELACIÓN (ACEITES DEL CARIBE S.A– PROVEEDORES)

Al conocer la importancia del proceso dentro de la cadena de suministro, ahora vamos a describir los principales ejes sobre los cuales se orientarán las acciones conjuntas entre la Aceites Del Caribe S.A y sus proveedores:

| Acciones Estratégicas  | Enfoque   |
|--|---|
| Identificación y selección de proveedores clave.                           | Buscar proveedores calificados y que puedan cumplir con las expectativas de Aceites del Caribe S:a                              |
| Establecer relaciones que equilibren las ganancias a corto y largo plazo.  | El progreso compartido beneficia y alienta a las partes a ser parte del conglomerado total de la cadena.                        |
| Establecer canales de comunicación eficientes.                             | Búsqueda de comunicaciones fluidas que se manejen como un departamento interno de la empresa.                                   |
| Iniciar de manera conjunta el desarrollo y mejora de productos y procesos. | Coordinar o cofinanciar el desarrollo de nuevos productos en beneficio de las partes.   |
| Compartir información y planes futuros.                                    | Involucrar al proveedor con los planes futuros de la empresa con el fin de encontrar un aliado en el suministro y la expansión. |
| Registrar las mejoras y logros del proveedor.                              | Reconocer los avances y logros del proveedor a favor Aceites del Caribe S.A   |

**SELECCIÓN, CLASIFICACION, EVALUACION Y REEVALUACION A PROVEEDORES  
EN PROCESO DE ACITES DEL CARIBE S.A**

| No. | ETAPA                                     | RESPONSABLE   | DOCUMENTO   |
|-----|---|---|---|
| 1   | SELECCIÓN DEL PROVEEDOR                   | Director de Compras y Suministros.<br>Directores de procesos. |   |
| 2   | CLASIFICACION DE PROVEEDORES              | Director de Compras y Suministros                             | Listado de Proveedores Tipo A CYS-FOR-008<br>Tipo B CYS-FOR-009                                   |
| 3   | REGISTRO Y EVALUACION DE PROVEEDORES      | Director de Compras y Suministros                             | Evaluación de Proveedores CYS-FOR-010   |
| 4   | ESTABLECER REGISTRO DE PROVEEDORES TIPO A | Director de Compras y Suministros                             | Listado de Proveedores Tipo A CYS-FOR-008   |
| 5   | REEVALUACION A PROVEEDORES                | Director de Compras y Suministros                             | Reevaluación y Desempeño a Proveedores CYS-FOR-011<br>No conformidad control producto CYS-FOR-007 |

**DESCRIPCION DE LAS ETAPAS DEL PROCESO**

**ETAPA 1. SELECCIÓN DEL PROVEEDOR**

La empresa establece como principal criterio de selección de proveedores, aquellos con los que se ha contado con anterioridad y se ha tenido éxito en emplearlos.

En segundo lugar aquellos proveedores potenciales o nuevos que se considere puedan cumplir con los requisitos establecidos para la compra de productos o servicios.

La palma de aceite y demás insumos por ser la materia prima esencial para el proceso productivo y al considerarse como tal, se aceptan todos los proveedores.

## **ETAPA 2. CLASIFICACION DE PROVEEDORES**

Se establece la siguiente clasificación de proveedores:

- Proveedores Tipo A: Son aquellos proveedores, cuyos productos/servicios la empresa considera inciden directamente sobre la calidad de nuestros productos se encuentran relacionados en el listado Tipo A CYS-FOR-008.

Los proveedores de Tipo A requieren un mayor grado de control, debido que estos hacen parte del producto y dependiendo de su cumplimiento y de las especificaciones técnicas (Fichas Técnicas y Tabla de insumos críticos) depende el producto final.

Para garantizar el control se ha definido exigir Certificado de Calidad por lotes de entrega y periódicamente Aceites del Caribe S.A solicita realizar análisis a laboratorios externos para determinar su cumplimiento.

- Proveedores Tipo B son aquellos proveedores, cuyos productos/servicios la empresa considera no inciden directamente sobre la calidad de nuestros productos y se encuentran relacionados en el listado Tipo B CYS-FOR-009.

### ETAPA 3. REGISTRO Y EVALUACION DE PROVEEDORES

El Registro y Evaluación de Proveedores CYS-FOR-010 se realizará a aquellos proveedores considerados Tipo A, y se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

| <b>Criterios de Calificación</b>                |     |
|---|-----|
| Solidez de la empresa y condiciones comerciales | 45% |
| Sistema de Gestión                              | 50% |
| Sistema Ambiental                               | 5%  |

| <b>CLASIFICACION PROVEEDORES SEGÚN PUNTAJE</b> |           |
|--|-----------|
| 85 – 100                                       | Excelente |
| 75 – 84  | Bueno     |
| 50 – 74  | Regular   |
| < 50   | Malo      |

Un proveedor Tipo A se acepta cuando en la Evaluación de Proveedores se clasificó como “Excelente” o “Bueno” y se rechaza cuando clasifico como “Regular” o “Malo”.

**Nota: Una vez realizada la evaluación, los proveedores deben ser informados de los resultados obtenidos.**

### ETAPA 4. ESTABLECER REGISTRO DE PROVEEDORES TIPO A

Con base en la calificación de los proveedores, se establece y elabora el listado de proveedores Tipo A CYS-FOR-008 de la empresa

## ETAPA 5 REEVALUACION A PROVEEDORES

| CRITERIOS DE REEVALUACIÓN DE PROVEEDORES |  |              |
|--|--|--------------|
| <b>A</b>                                 | <b>COMPRAS (Negociación)</b>   | <b>35%</b>   |
| 1  | Precios constantes   | 2%           |
| 2  | Precios competitivos   | 10%          |
| 3  | Descuentos financieros   | 4%           |
| 4  | Límite de tiempo para pago   | 3%           |
| 5  | Documentos correctos y a tiempo  | 8%           |
| 6  | Seguimiento de instrucciones   | 5%           |
| 7  | Tiempo de respuesta a los requerimientos   | 3%           |
| <b>B</b>                                 | <b>ENTREGA DEL MATERIAL/SERVICIO</b>   | <b>20%</b>   |
| 1  | Material/servicio recibido vs Orden de compra                                      | 10%          |
| 2  | Tiempo de entrega del producto o servicio  | 6%Pr-10%Serv |
| 3  | Estado y modo de Empaque (N/A Servicio)  | 4%Pr-0%Serv  |
| <b>C</b>                                 | <b>CALIDAD RECIBIDA</b>  | <b>30%</b>   |
| 1  | Certificado de calidad del proveedor vs Ficha técnica y/o Inspección de la muestra | 10%          |
| 2  | Desempeño en la producción/proceso   | 15%          |
| 3  | Certificado ISO y/o sellos de calidad  | 5%           |
| <b>D</b>                                 | <b>SERVICIO AL CLIENTE</b>   | <b>15%</b>   |
| 1  | Atención a quejas, reclamos y garantías  | 6%           |
| 2  | Soporte técnico  | 5%           |
| 3  | Mejoras frente a la última evaluación  | 4%           |

| <b>CRITERIOS DE CALIFICACIÓN</b>   | <b>% de peso</b> |
|------------------------------------|------------------|
| COMPRAS (Negociación)              | 35%              |
| ENTREGA DEL MATERIAL /<br>SERVICIO | 20%              |
| CALIDAD RECIBIDA                   | 30%              |
| SERVICIO AL CLIENTE                | 15%              |

| <b>CLASIFICACIÓN PROVEEDORES SEGÚN PUNTAJE</b> |         |
|--|---------|
| 5-4  | BUENO   |
| 2-3  | REGULAR |
| 1  | MALO    |

La reevaluación de Proveedores CYS-FOR-011, se realizará a los proveedores Tipo A sin excepción, siendo la manera de realizar una reevaluación periódica de éstos.

El seguimiento se realizará cada año o de ser necesario en un plazo de tiempo menor si el comportamiento del proveedor lo amerita.

## **ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN ACEITES DEL CARIBE S.A**

Este proceso es un eslabón de capital importancia dentro de la Supply Chain Management, ya que permite que ACEITES DEL CARIBE S.A. se encuentre representada en la puerta del cliente a través de los productos terminados y entregados dentro de los parámetros establecidos en la negociación.

El contexto general de la manufactura de los productos de ACEITES DEL CARIBE S.A. tiene una connotación que se refiere al medio de producción basado en el Sistema Pull, el cual planea y ejecuta su manufactura única y exclusivamente sobre la Demanda real; es decir, basado en los pedidos del cliente.

La empresa ACEITES DEL CARIBE S.A. quiere un canal de distribución que no solo satisfaga las necesidades de los clientes, sino que además le dé una ventaja competitiva. Es por esto que se debe adquirir una ventaja diferencial con sus canales. Se requiere de un método bien organizado para diseñar canales que satisfagan a los clientes y superen la competencia.

### **ANÁLISIS DE LOS POSIBLES SISTEMAS**

La distribución de productos editoriales se realiza normalmente a través de canales de distribución

Vamos a exponer cada uno de los sistemas posibles mediante la elaboración de una matriz comparativa para ver las ventajas y desventajas de cada sistema de forma individual:

| <b>DIRECT SHIPMENT</b>                               |  |
|--|--|
| <b>Beneficios</b>                                    | <b>Desventajas</b>                                 |
| Entrega en el menor tiempo posible                   | Se necesitaría conocer el pedido con anticipación. |
| Menor manipulación del producto                      | Mayor uso de embalajes individuales                |
| Menor costo por efecto de manipulación y transbordos | Necesidad de capacidad logística avanzada.         |
| Aplicable solo a zonas cortas                        | No se pueden consolidar cargas o pedidos.          |

| <b>WAREHOUSING</b>                          |   |
|---|---|
| <b>Beneficios</b>                           | <b>Desventajas</b>  |
| Aplicable para distancias grandes           | El cliente necesita contratar un outsourcing para el manejo de sus Inventarios. |
| Aplicable a varias referencias.             | Mayor manipulación de la mercancía  |
| Se reagrupan pedidos de varios proveedores  | Mayor tiempo de ciclo del producto.   |
| Menor manejo de inventarios para el cliente | Hay dependencia de la llegada de otras referencias o proveedores.               |

Una de las mejores prácticas en la actualidad fiel a la velocidad de los procesos logísticos es el Cross Docking, el cual se define como un sistema de distribución donde las unidades logísticas son recibidas en una plataforma de alistamiento y no son almacenadas sino preparadas para ser enviadas de la manera más inmediata.

Se fundamenta en un flujo continuo de productos, ahorro de costos, transporte rápido y a bajo costo y un soporte a las necesidades de los clientes, Su intención es también acordar con los proveedores una preparación de la mercancía para reducir costes de recepción, almacenaje y preparación. Es por esto que se hace el sistema más apto para la distribución de mercancías de ACEITES DEL CARIBE S.A.

### **SELECCIÓN MEJOR ALTERNATIVA**

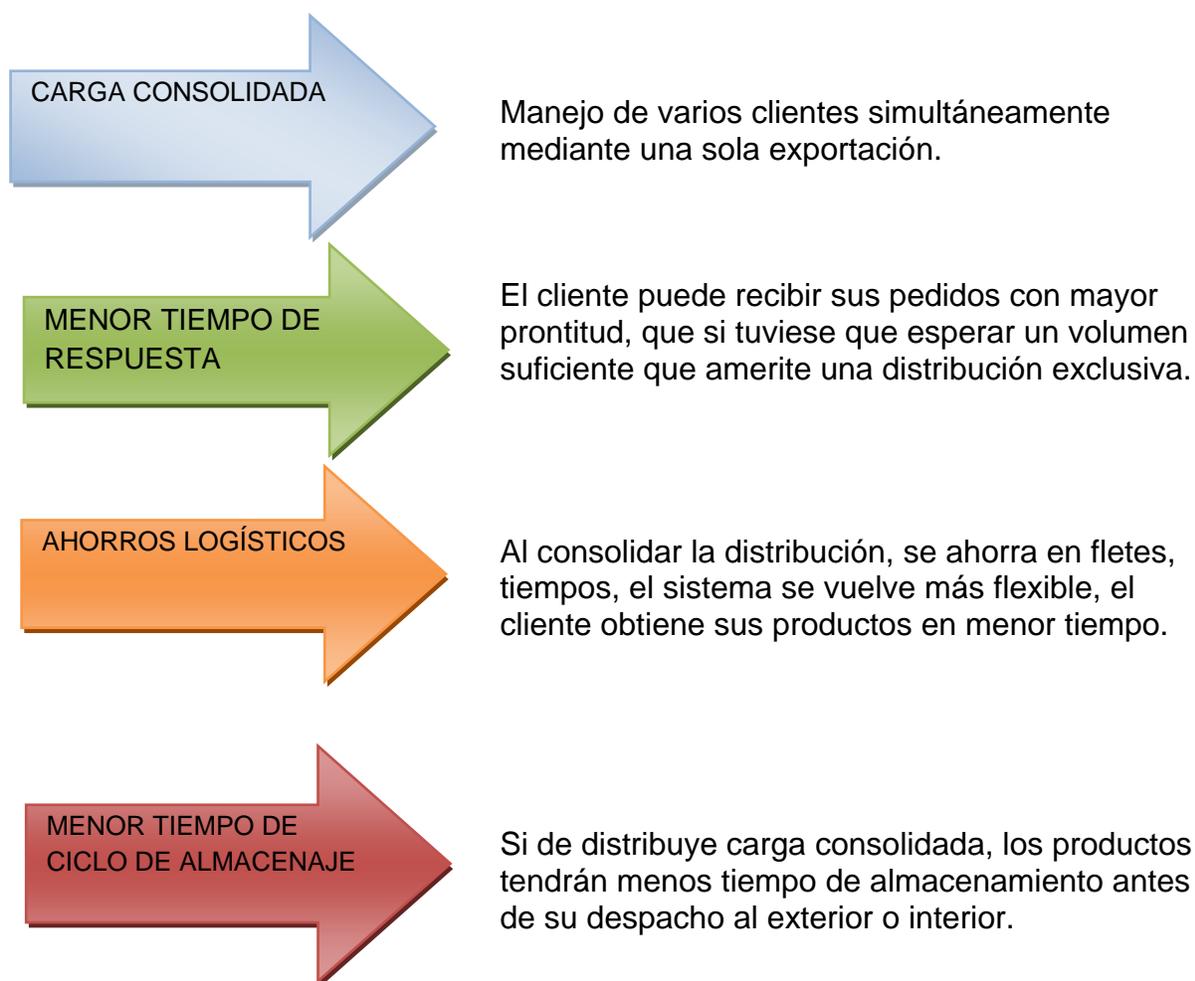
Mediante el análisis de cada una de las alternativas estudiadas, la mejor opción para la empresa es la entrega directa del producto al cliente en cadenas de almacén, puntos de venta o en hiper mercados, ya que de esta manera, los espacios en bodegas son administrados directamente por ellos, la inversión en infraestructura es propia del cliente, el manejo de inventarios y stocks es potestad del cliente, la comercialización y venta de los productos obedecen a las estrategias de marketing propias del cliente.

Por otra parte, para el cliente, la mejor alternativa es el Cross Docking, ya que así pueden converger múltiples referencias en un solo sitio, luego realizar el picking y

posteriormente manejar el sistema de rutas acorde a las necesidades de distribución y la cobertura geográfica que posea.

## RECOMENDACIONES

Para la distribución nacional y local, es viable el manejo de carga mediante una distribución consolidada a través de un bróker, quien recibe el contenedor con los productos de ACEITES DEL CARIBES.A y lo distribuye a tantos clientes como facturas hayan involucradas en el BL madre, esta figura tiene entre las más importantes las siguientes ventajas:



## **MANEJO DE LA INFORMACIÓN**

Es de vital importancia un mejor manejo de la información en todos los procesos de la Supply Chain, especialmente en la distribución, ya que así se prepara al cliente en materia logística para la recepción de los productos enviados desde la empresa.

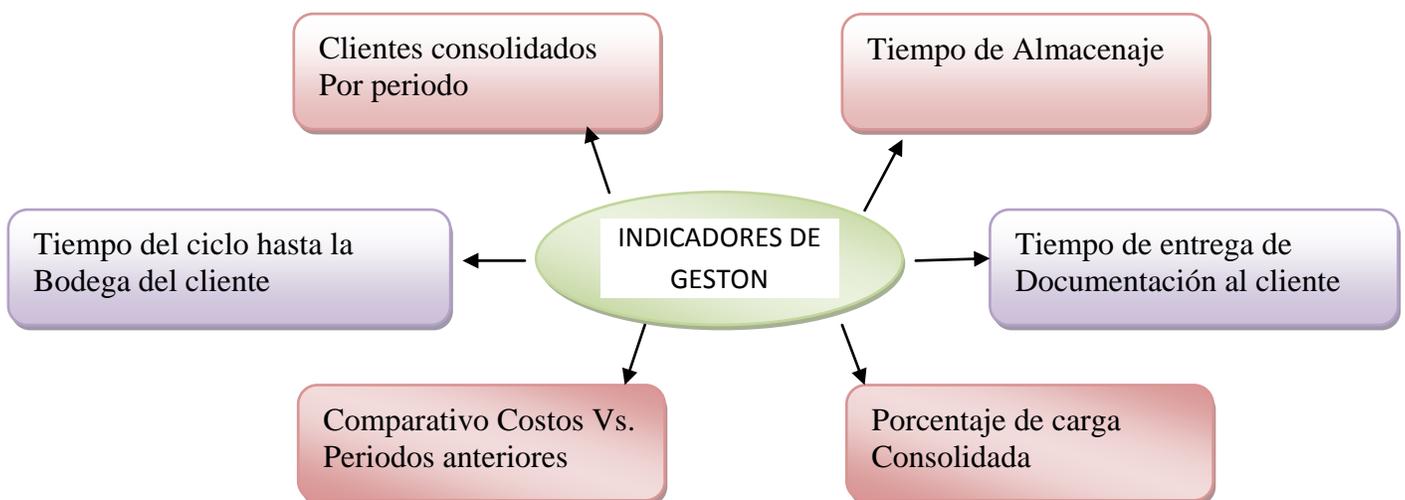
Para ello es importante establecer canales directos, mediante el uso de las herramientas telemáticas, donde se puedan establecer directrices de información como las siguientes:

- ❖ Procesos previos (Tiempos).
- ❖ Fecha de despacho
- ❖ Medio de transporte (Identificación específica)
- ❖ Si el transporte es multimodal, especificar tipos y posibles fechas.
- ❖ Fecha de arribo a puerto de origen (En Colombia)
- ❖ Fecha de arribo al puerto destino.
- ❖ Posible fecha de Nacionalización
- ❖ Desconsolidación de la carga.
- ❖ Posible fecha de entrega en las bodegas del cliente.

## INDICADORES DE GESTIÓN

Al igual que los demás procesos pertenecientes a la Supply Chain Management, es necesario establecer parámetros de medición y control del proceso de Distribución, ya que así se puede evaluar la gestión y así propender por un mejoramiento continuo en dichos procesos.

Algunos de los indicadores sugeridos para el sistema de Distribución son los siguientes:



## CONCLUSIONES

- Se han analizado cada una de las Unidades didácticas propuestas para este Diplomado de Supply Chain Management y Logística, además de la complementación buscada en otras fuentes, temas que han sido trabajados en cada uno de los procesos adelantados en el proyecto investigativo.
- Mediante el desarrollo secuencial de cada uno de los temas, hemos examinado los procesos propios de la empresa ACEITES DEL CARIBE S.A, los cuales han sido contrastados con cada una de las teorías ampliamente desarrolladas a nivel mundial en cada materia.
- Como resultado del estudio realizado en la empresa, se han exaltado algunas labores y subprocesos que funcionan adecuadamente, pero también se han generado propuestas de mejoramiento, implantación de nuevos procesos y aplicación de sistemas ampliamente reconocidos no solo por su trayectoria sino por una búsqueda y ampliación de los horizontes basados en una red de Abastecimiento.
- Tres elementos del servicio al cliente son particularmente fundamentales: la rapidez, la flexibilidad y la visibilidad. Para responder a las nuevas exigencias, las empresas pueden adaptar sus propios métodos operacionales siguiendo tres ejes mayores de progreso: una automatización de procesos, una colaboración estrecha de los socios de la Supply Chain, y una redefinición de roles y de servicios.
- Respecto de la gestión de la relación con el cliente, el factor clave de éxito reside en una visión unificada de cada cliente, que se obtiene reagrupando los

datos provenientes de múltiples fuentes y dando a estos datos el formato apropiado, dejándolos a disposición de responsables y usuarios.

- La automatización de la cadena de abastecimiento constituye uno de los medios más eficaces para mejorar el control del ambiente en el seno de la organización en donde son tomadas las decisiones. Relacionando las funciones de las distintas actividades, tales como la ingeniería, la gestión de stocks, la programación de los abastecimientos, las compras y las órdenes de pedido, las empresas pueden optimizar sus planes de distribución y de fabricación para la coordinación de la cadena de abastecimiento.

## BIBLIOGRAFIA

- Ing. BENJAMIN PINZÓN HOYOS, Supply Chain Management, Conocimiento Útil I.
- Departamento Contable y de inventarios de ACEITES DEL CARIBES S.A
- Sistema de Calidad ISO 9001 Y 140012008 Aplicado ACEITES DEL CARIBE S.A.
- <http://www.plangeneralcontable.com/modules.php?name=Manuales&fid=ev0bcaf>
- <http://www.mitecnologico.com/Main/FuncionesDelAlmacen>
- MARTHA ISABEL OLAYA CRUZ, Módulo de Logística Integral, Universidad Nacional Abierta y a distancia – UNAD, Bogotá, 2.007.
- RICARDO LINARES MORENO, Compañía Logística Integral de Colombia,
- Bogotá D.C.
- Sistema de Gestión de Calidad de SIDENAL S.A.
- ACEVEDO SUAREZ, JOSE A. Y MARTHA I. GÓMEZ ACOSTA, Logística moderna y competitividad empresarial, La Habana, enero de 2005
- Douglas C. Long, INTERNATIONAL LOGISTICS GLOBAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT, 2003. Pág. 109
- [http://www.portalcalidad.com/articulos/56-gestion\\_compras\\_y\\_evaluacion\\_proveedores\\_iso\\_9001:2000](http://www.portalcalidad.com/articulos/56-gestion_compras_y_evaluacion_proveedores_iso_9001:2000)
- [http://extranet.enap.cl/proveedores/pdf/s\\_evaluacion.pdf](http://extranet.enap.cl/proveedores/pdf/s_evaluacion.pdf)
- GUILLERMO ZARCO, Procesos Logísticos en Distribución, Centro de Investigaciones y Asistencia Técnica Internacional, Bogotá, Febrero de 2005.
- <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/mar/14/dirindirdist.ht>

