

Sistema Logístico o Supply Chain de la empresa BIMBO

Sandra Patricia Arias Charry¹, Sandra Milena Castillo², Miguel Antonio Olarte Arevalo³, Oscar Mauricio Benavides⁴, Ricardo Antonio Escandon⁵. Estudiantes de ingeniería Industrial. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD,
mauriciobdlosr@hotmail.com, miguelolarte573@gmail.com,

Resumen: El Sistema logístico adecuado en la empresa Bimbo ha permitido que la organización avance hacia la consecución de objetivos corporativos a través de su disponibilidad en todos los canales de distribución, buscando las maneras más eficientes de hacer llegar el producto a todas partes, acaparando nuevos mercados pudiendo generar nuevas oportunidades para que el producto llegue a manos del cliente, debió haber pasado por un proceso primeramente de materias primas, por lo tanto la evaluación y determinación de los mejores proveedores es fundamental en el proceso de logística.

Palabras clave: logística, cadena de suministros, empresa. Gestión de transporte. Pedidos.

Abstract: The right logistic system in the company BIMBO has allowed the organization to move towards the achievement of corporate objectives through its availability in all distribution channels looking for the most efficient ways to get the product everywhere, monopolizing new markets And generating new opportunities for the product to reach the customer's hands, it must have gone through a process primarily of raw materials, therefore the evaluation and determination of the best suppliers is fundamental in the logistics process.

Keywords: logistics, supply chain, company. Transportation management. Orders

I. INTRODUCCIÓN

La logística más que el movimiento de bienes o productos correctos en la cantidad adecuada hacia al lugar correcto comprende hoy en día diferentes procesos y estrategias que las organizaciones aplican para optimizar la cadena de suministros. Dos componentes importantes dentro de la gestión de la cadena de suministros (Supply Chain Management) son la gestión de transporte (Transportation Management System, TMS) y la planeación de requerimientos de distribución (Distribution Requirements Planning, DRP), por lo que todo se basa o se concentra en el Modelo Referencial de Logística, en el cual se profundiza en el presente documento basado en la empresa BIMBO.

II. DE LA EMPRESA

A. Reseña de la empresa Bimbo

El 2 de diciembre de 1945 abre sus puertas la primera planta de producción de Panificación Bimbo S.A., ubicada en la colonia Santa María Insurgentes, del Distrito Federal.

Las instalaciones contaban con un local para oficinas, un patio, una bodega y una sala de producción que ahora podría considerarse como rudimentaria, pues algunas operaciones se hacían manualmente, incluso los moldes eran vaciados con base en golpes con cierta energía.

Los primeros productos del osito Bimbo, que abarcaban el pan grande, el pan chico y el pan tostado, salieron a las 15 horas de ese día de diciembre. El pan negro comenzó a elaborarse hasta enero de 1946 y a fines del siguiente año salió al mercado la línea de panquelería.

Para su distribución en panaderías, expendios de pan, tiendas de abarrotes y tienditas, se utilizaron 10 camiones que surtían únicamente al Distrito Federal. Hoy, Grupo Bimbo elabora, distribuye y comercializa más de 5000 productos, entre los que destacan una gran variedad de pan de caja, pan dulce, panquelería, bollería, pastelitos, confitería, botanas dulces y saladas, tortillas empacadas de maíz y de harina de trigo, tostadas, cajeta (dulce de leche) y algunos otros productos.

La distribución de sus productos, elaborados en sus 76 plantas y 3 comercializadoras ubicadas en México, Estados Unidos, Centro y Sudamérica, Europa y Asia, cubre más de 1,000,000 puntos de venta en el mundo. Grupo Bimbo fue fundado en la Ciudad de México en 1945 y hoy en día se cuenta entre las empresas de panificación más importantes del mundo, por su volumen de producción, ventas y posicionamiento de marca.

En México es la compañía más grande de alimentos, y líder indiscutible en la panificación nacional, así como en la de varios países de Latinoamérica.

A través de sus principales subsidiarias, Grupo Bimbo elabora, distribuye y comercializa cerca de 5000 productos, entre los que destacan una gran variedad de pan empacado, pastelería de tipo casero, galletas, dulces, chocolates, botanas dulces y saladas, tortillas empacadas de maíz y de harina de trigo, tostadas, cajeta (dulce de leche), comida procesada, maquinaria y artículos de plástico.

Cuenta con más de 100 marcas de reconocido prestigio como Bimbo, Marinela, Milpa Real, Tía Rosa, Oroweat, Entenmann's, Thomas', Boboli, Mrs. Baird's, Barcel, Ricolino, Coronado, La Corona, Pastelerías El Globo, Suandy y Lara, Duvalín, Bocadín, Lunetas, entre muchas otras.

Su compromiso de ser una compañía altamente productiva y plenamente humana, así como innovadora, competitiva y orientada a la satisfacción total de sus clientes y consumidores, está presente en México, Estados Unidos de América, Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Panamá, Chile, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Perú, Venezuela, Uruguay, Paraguay, la República Checa y China. El Grupo está configurado por 76 plantas y 3 empresas comercializadoras.

Durante 2006 las ventas netas consolidadas de Grupo Bimbo ascendieron a \$5.9 billones de dólares.

Desde 1980, Grupo Bimbo es una empresa pública que cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores.

El Grupo cuenta con la red de distribución más extensa del país y una de las más grandes del continente americano, con 34,000 rutas garantiza que sus productos lleguen frescos y todo el tiempo a los más de 1,000,000 puntos de venta localizados en 18 países del mundo. Los kilómetros que en conjunto recorren las unidades diariamente equivaldrían a rodear 45 veces la circunferencia de la Tierra o, ir y volver a la Luna, dos veces en un día.

Grupo Bimbo ha hecho importantes inversiones a través del establecimiento de plantas productivas, asociaciones estratégicas y la adquisición de empresas del sector, que le permiten su consolidación operativa. Así, entre sus adquisiciones se encuentran, En China, Pan Rico Beijing; en Guatemala, Pan Europa; en Uruguay, Los Sorchantes; en Chile, Lagos del Sur; en México, Pastelerías El Globo, La Corona, Joyco de México. Las operaciones de panificación de Lalo, en Colombia; George Weston, LTD, en la región oeste de los Estados Unidos ("Oroweat"), y el 100% del capital de una de las empresas panificadoras más grandes e importantes en Brasil (Plus Vita LTDA).

Grupo Bimbo está integrado por más de 87,500 colaboradores.

Comprometido con su responsabilidad social, Grupo Bimbo participa en importantes proyectos comunitarios, como la reforestación de áreas naturales protegidas de la República Mexicana, así como en diferentes proyectos para el bienestar de la sociedad.

Durante los últimos años, Grupo Bimbo ha fortalecido el trabajo en sus sistemas de calidad para garantizar la inocuidad y consistencia de sus productos. Ha obtenido reconocimientos nacionales e internacionales que avalan la efectividad de dichos sistemas. Entre estos reconocimientos pueden enunciarse: ISO 9002 y HACCP, ISO 9000:2000,

Industria Limpia, BASC e IFS. Actualmente sigue implementando estos sistemas en todas sus organizaciones.

Asimismo, desde abril del 2004 contamos con la Inscripción en el Registro de Empresa Certificada, lo que significa que nuestra empresa es confiable para las operaciones de Comercio Exterior según la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

III. PROCESO LOGISTICO DE BIMBO

A. Diagnostico en Cadena de suministro

Bimbo es una compañía que, por su gran presencia a nivel mundial, ha delegado sus mercados dividió en tres niveles importantes, tal cual como se aprecia en la ilustración 1.

Ilustración 1
CADENA DE SUMINISTRO



Fuente. Los Autores

con relacion a la cadena de suministro actual empleada por la empresa entoncremos dentro de sus estrategia, los siguientes objetivos:

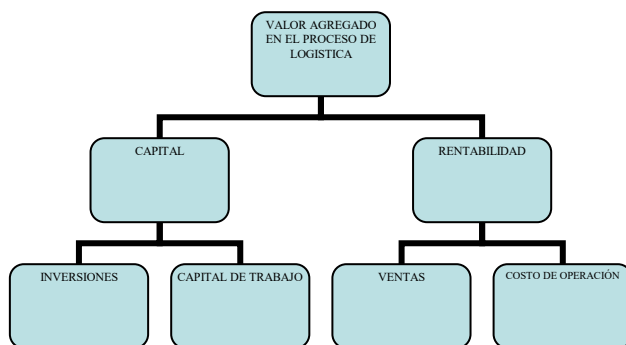
- Entrega: Cumplir con los pedidos en el tiempo pactado, bajo la fórmula de bajos inventarios con rotación de la MP.
- Producción: cumplir con el programa de producción entregado y enfocado en los pedidos, optimizando los activos y por supuesto encontrado un equilibrio en eficiencia y flexibilidad.
- Logística: cargar la mercancía complete, desde los insumos y materias primas, hasta la distribución del product terminado. igualmente sosteniendo la política de bajos inventarios y con rotación PT.

- Comercial: tomar pedidos adecuados y con precisión, teniendo en cuenta el posicionamiento e imagen de la marca y sus productos.

B. Logística: generando un valor agregado

Los dos ejes fundamentales en los que se maneja el proceso logístico son los proveedores y los clientes. Bajos estos dos ejes fundamentales se construyen el proceso de compras, toma de pedidos y entrega de pedidos. Pero realmente lo más importante en la empresa es su valor agregado logrado en el proceso de logística:

Ilustración 2
VALOR AGREGADO EN EL PROCESO DE LOGÍSTICO



En primer lugar, es importante identificar en que consiste en proceso de gestión de compras: la gestión de compras es el conjunto de actividades que realiza la empresa para cumplir con las necesidades y adquisición de insumos y materias primas primordiales para el desarrollo productivo de la empresa, pero con la cualidad de que siempre al mejor costo (mínimo) y mayor calidad.

Como se aprecia en este momento, dentro de un mundo globalizado, la gestión de compras es el primer paso para un producto de calidad y un proceso productivo competitivo y de calidad, lo que sin duda puede generar un valor agregado.

Para el buen funcionamiento de la gestión de compras, se requiere el establecimiento de relaciones estratégicas entre proveedores, logrando un buen precio y tiempo para la entrega de los productos evitando sobre costos.

Finalmente vale la pena resaltar que otro aspecto fundamental para el éxito de la gestión de compras, es un enlace entre la producción, despachos y la logística de ventas, porque, aunque cada una puede ser independiente, todas finalmente dependen de la gestión e compras.

actualmente la empresa Bimbo, tiene dentro de sus políticas de compras, las negociaciones con termino a mínimo un año, en donde el objetivo primordial es poner todos los

productos requeridos dentro del tiempo programado y con las características de calidad pactado en la negociación, enfocándose en el sitio puesto y el transporte usado. Para los controles, Bimbo usa una ficha técnica,

por su parte Bimbo, utiliza un stock de materias primas, para producción entre 8 y 30 días, dichas compras son centralizadas dependiendo las plantas de producción, y las cuales son lideradas por supervisor de compras nacionales, quienes tienen la función de liderar las negociaciones.

C. Caracterización del proceso logístico de la empresa BIMBO

A. CONCEPTO LOGÍSTICO

Bimbo tiene un fuerte manejo en el proceso de distribución, buscando aumentar la cobertura del mercado, tiene uno de los sistemas de distribución más grandes de América. Bimbo busca abastecer los mercados en donde optimizan la red de Logística:

- . Plantas productivas
- . Líneas de producción
- . Centros de distribución
- . Equipo de transporte
- . Puntos de venta

B. ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN LOGÍSTICA

La logística en la empresa de Bimbo de Colombia está completamente estructurada y su gestión es documentada en cada uno de los procesos de tal forma que se integran todos los elementos del sistema con el objetivo de disminuir el costo y optimizar los recursos

C. Tecnología de la Manipulación

La empresa cuenta con equipos de alta tecnología en muchos de sus procesos lo que da garantías en el cumplimiento de las tareas. Sin embargo, para el área logística la automatización de los procesos se dio hace unos cinco años de forma gradual para el transporte interno

D. TECNOLOGÍA DE ALMACENAJE

E. TECNOLOGÍA DE TRANSPORTE INTERNO

F. TECNOLOGÍA DE TRANSPORTE EXTERNO

G. TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN

H. TECNOLOGÍA DE SOFTWARE

I. TALENTO HUMANO

J. INTEGRACIÓN SUPPLY CHAIN

K. BARRERAS DEL ENTORNO

Bimbo tiene bien identificadas las principales barreras que le impone el entorno para el desarrollo de la logística a través de un estudio sistemático del mercado y los factores incidentes. La empresa en consecuencia enfoca su plan estratégico para eliminar o compensar la influencia de dichas barreras sobre sus rendimientos de forma tal para garantizar ventajas competitivas y alcanzar una importante dinámica en los indicadores que caracterizan el rendimiento de su logística y de la empresa en general. Todo el personal, a nivel ejecutivo domina muy bien cuáles son las barreras existentes y cuál es la estrategia de la empresa para contrarrestar dichas barreras, y en consecuencia en su actividad operativa contribuye a disminuir el efecto de dichas barreras,

L. DESEMPEÑO LOGÍSTICO

M. LOGÍSTICA REVERSA

IV. CONCLUSIONES

V. RECOMENDACIONES

REFERENCIAS

- [1] Manuscript Templates for Conference Proceedings, IEEE. http://www.ieee.org/conferences_events/conferences/publishing/templates.html
- [2] M. King, B. Zhu, and S. Tang, "Optimal path planning," *Mobile Robots*, vol. 8, no. 2, pp. 520-531, March 2001.
- [3] H. Simpson, *Dumb Robots*, 3rd ed., Springfield: UOS Press, 2004, pp.6-9.
- [4] M. King and B. Zhu, "Gaming strategies," in *Path Planning to the West*, vol. II, S. Tang and M. King, Eds. Xian: Jiaoda Press, 1998, pp. 158-176.
- [5] B. Simpson, et al, "Title of paper goes here if known," unpublished.
- [6] *Modelo de distribución Bimbo*. (27 de Marzo de 2007). Obtenido de http://www.iese.edu/en/files/6_29341.pdf
- [7] J.-G. Lu, "Title of paper with only the first word capitalized," *J. Name Stand. Abbrev.*, in press.
- [8] Y. Yorozu, M. Hirano, K. Oka, and Y. Tagawa, "Electron spectroscopy studies on magneto-optical media and plastic substrate interface," *IEEE Translated J. Magn. Japan*, vol. 2, pp. 740-741, August 1987 [*Digest 9th Annual Conf. Magnetics Japan*, p. 301, 1982].
- [9] M. Young, *The Technical Writer's Handbook*, Mill Valley, CA: University Science, 1989.