

**FASE 6 -PRESENTAR Y SUSTENTAR PROYECTO FINAL  
(FORO DE DISCUSIÓN)**

**POR:**

**GERMAN VELANDIA**

**JULIAN RODRIGUEZ PEREZ**

**DIEGO FERNANDO PAEZ**

**DEISY YULIETH NAVARRO GUEVARA**

**EDUIN YOVANI GUERRERO SANABRIA**

**TUTORA: NUBIA STELLA SALAZAR**

**CURSO: 207115\_56**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD  
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT Y  
LOGÍSTICA**

**DICIEMBRE DE 2019**

## Contenido

<b>INTRODUCCION .....</b>	<b>4</b>
<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>5</b>
• Objetivo General .....	5
• Objetivo Especifico.....	5
<b>DESARROLLO DEL TRABAJO.....</b>	<b>6</b>
<b>1. “Análisis de los cuellos de botella en la logística internacional de las pymes de confecciones en Colombia”... ..</b>	<b>6</b>
• Diseñe la red estructural del sector analizado... ..	9
• Describa los factores del entorno que inciden en cada uno de los nodos de la red diseñada.....	10
• Realice un diagrama de flujo de proceso por responsabilidades; utilizando una herramienta web 2.0 e identificando los puntos críticos de control .....	11
• Evalúe la vulnerabilidad del sistema logístico desde el componente de inventarios y almacenamiento en la red diseñada.....	12
• Evalúe la vulnerabilidad del sistema logístico desde el componente de transporte y distribución en la red diseñada .....	14
• Defina el mapa de indicadores requeridos para la administración de la red estructural, tomando como referente el modelo transaccional de SCOR – APICS... ..	14
<b>2. Explorar la situación del sistema logístico del sector .....</b>	<b>19</b>
a) Defina la cadena de valor de Porter del sector analizado... ..	19
b) Identifique las iniciativas de competitividad, desarrollo de clústeres vigentes en Colombia para el sector analizado.....	22
c) Benchmarking de las prácticas logísticas mundiales .....	25
d) Proponga una hoja de ruta para mejorar el sistema logístico del sector analizado desde el componente operacional y tecnológico a nivel estratégico, táctico y operativo .....	28
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>31</b>

**REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....32**

## INTRODUCCION

En el presente trabajo se propone un instrumento cuyo principal objetivo es partiendo de un adecuado diagnóstico y diseño de una red estructural de un caso en particular, “Análisis de los cuellos de botella en la logística internacional de las pymes de confecciones en Colombia”. Este sistema de red dará mejorara a la efectividad de la distribución física, posibilitando ofrecer un elevado nivel de servicio.

Mediante la realización del proyecto final pudimos profundizar en el curso Supply Chain Management y Logística, y la cadena de abastecimientos, mediante el cual se aplicaran conceptos y procesos en SupplyChain, Logística y Competitividad Global Gestión de Inventarios, almacenes, Logística de aprovisionamiento, Gestión de Transportes y Procesos logísticos en Distribución, de las unidades temáticas del curso, logrando aplicar estos conocimientos a través de la metodología de trabajo colaborativo y aprendizaje basado en el caso en particular, “Análisis de los cuellos de botella en la logística internacional de las pymes de confecciones en Colombia”.

## OBJETIVOS

### Objetivo General

- Proponer un estudio del caso aplicado al sector productivo en Colombia.

### Objetivos Específicos

- Establecer los miembros del Supply Chain de la empresa.
- Identificar las dimensiones estructurales de la red del Supply Chain.
- Elegir procesos en Supply Chain Management.
- Establecer la red Estructural de la empresa, reconociendo los miembros, las dimensiones estructurales y los tipos de vínculos del Supply Chain de la empresa seleccionada.
- Identificar la importancia de hacer la comparación del BENCHMARK
- Evaluar la vulnerabilidad del sistema logístico desde el componente de inventarios y almacenamiento en la red diseñada.
- Evaluar la vulnerabilidad del sistema logístico desde el componente de transporte y distribución en la red diseñada.
- Evaluar la vulnerabilidad del sistema logístico desde el componente tecnológico en la red diseñada.

## DESARROLLO DEL TRABAJO

### 1. “Análisis de los cuellos de botella en la logística internacional de las pymes de confecciones en Colombia”.

#### Objetivo

Analizar los cuellos de botella del proceso logístico internacional, desde el proveedor de la materia prima hasta la entrega del consumidor final, que afectan la competitividad de las Pymes de confecciones de Colombia en el mercado internacional.

#### Metodología

La metodología utilizada fue el uso encuestas a dos empresas y 9 expertos y el análisis estadístico, las encuestas a empresas presentaron dificultades, en un inicio se esperaban realizar 20, pero las empresas exportadoras de confecciones en su mayoría son reservadas con la información productiva, sin embargo, se obtuvieron de dos reconocidas empresas de confecciones Industrias Goriz y los vestidos.

#### Productos Que Comercializa

- El sector textil y confecciones en Colombia.

#### Producto seleccionado

- Camisas para hombre

#### Red estructural del sector analizado

La logística empresarial incluye las actividades internas de la empresa relacionadas con el flujo y transformación de materiales, información y dinero, desde la materia prima extracción hasta el usuario final

- **Proveedores De Primer Nivel**

Son aquellos que tiene una relación directa con la empresa para proporcionar todo lo necesario para elaborar el producto

<b>Proveedores</b>	<b>Actividad</b>
<b>Empresas Productora de algodón</b>	<b>Algodón</b>

- **Proveedores De Segundo Nivel**

Dentro de los proveedores de segundo nivel, los cuales se enfocan en entregar a mis proveedores de primer nivel

<b>Proveedores</b>	<b>Actividad</b>
<b>Colteger</b>	<b>Textil del algodón</b>
<b>Insumos industriales</b>	<b>Fabricantes de botones e hilos</b>

- **Proveedores De tercer Nivel**

Son las empresas encargadas de proveer los insumos, que cumplen con los parámetros y requerimientos de calidad exigidos

<b>Proveedores</b>	<b>Actividad</b>
<b>Industriales RCA</b>	<b>Fabricante de camisas de hombre</b>

- **Cientes de Primer Nivel**

<b>Cientes</b>	<b>Actividad</b>
<b>Comerciante local</b>	<b>Distribuidora minoristas</b>

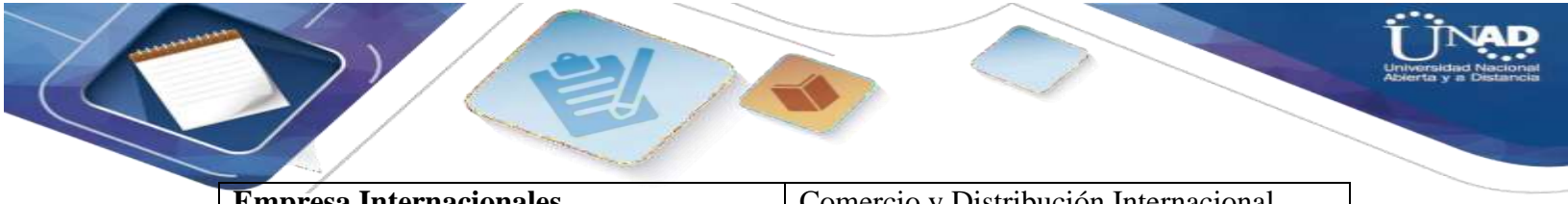
- **Cientes de segundo Nivel**

<b>Cientes</b>	<b>Actividad</b>
<b>Empresa Éxito</b>	Almacenes de cadena, a nivel nacional, es la mayor tienda por departamentos, donde se comercializan todo tipo prendas de vestir.

- **Cientes de tercer Nivel**

Son todas aquellas personas que hacen uso efectivo de los productos.

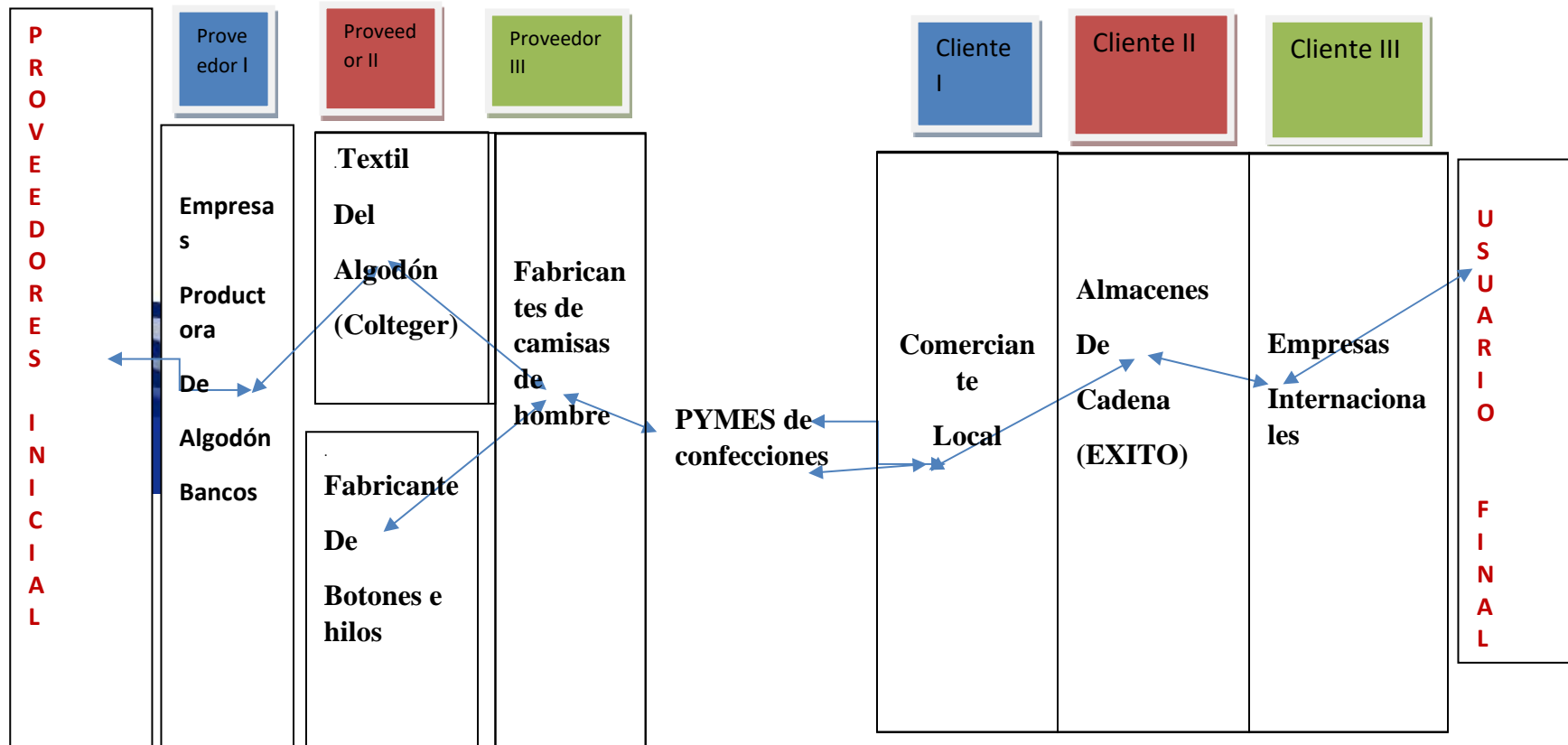
<b>Cientes</b>	<b>Actividad</b>
----------------	------------------



<b>Empresa Internacionales</b>	Comercio y Distribución Internacional
--------------------------------	---------------------------------------



- Diseñe la red estructural del sector analizado

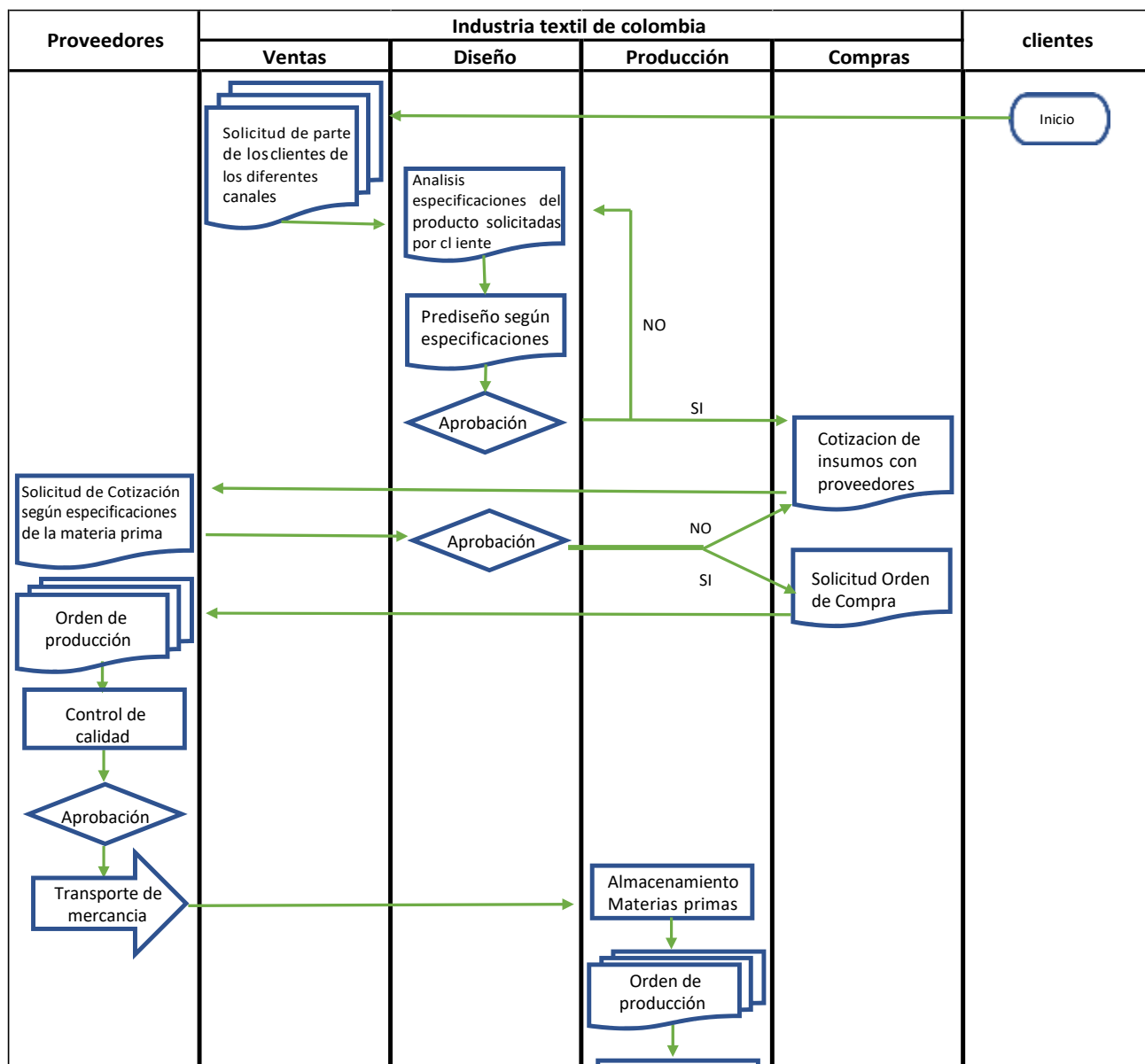


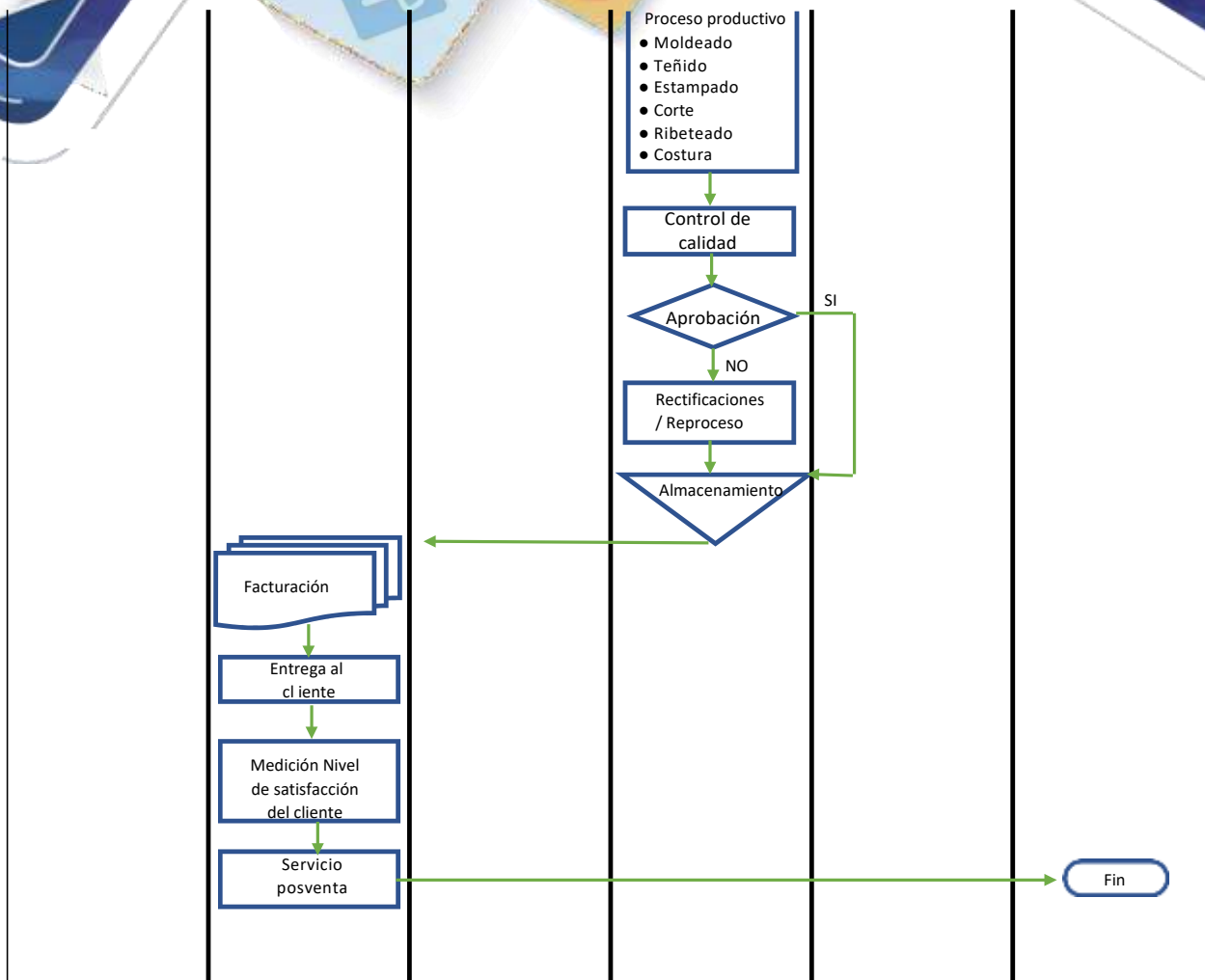
- **Describe los factores del entorno que inciden en cada uno de los nodos de la red diseñada.**

Factores	Descripción	VARIABLES a considerar
Económicos	Variables macroeconómicas que evalúan la situación actual y futura de la economía.	Crecimiento actual y esperado del PIB, del consumo interno, del ahorro, de la inversión... Inflación Evolución de los tipos de interés Tasa de desempleo
Socio- Culturales	Variables demográficas, sobre cambios sociales y culturales de la población.	Evolución de la pirámide de población Densidad de población Tasa de natalidad y mortalidad Evolución de emigración e inmigración Nivel educativo Valores sociales, morales, éticos
Tecnológicos	Nivel científico y las infraestructuras tecnológicas de un contexto determinado.	Nivel de desarrollo tecnológico Grado de implantación de tecnologías de la información Grado de obsolescencia tecnológica % PIB dedicado a I+D+i Número de investigadores Número de patentes/año
Políticos	Marco institucional que existe en un determinado contexto socio-económico.	Tipo y características del sistema político vigente Transparencia, solidez y madurez del sistema político Nivel de estabilidad del gobierno Políticas monetaria y financiera Políticas de bienestar
Legales	Desarrollo legislativo que pudiera afectar al sector.	Leyes y normativas (tributaria, laboral, etc.) Derechos de propiedad intelectual
Medioambientales	Grado de ecologismo y la tendencia a la sostenibilidad de los agentes implicados en nuestro contexto.	% de reciclado de productos Energías renovables Existencia de tasas ecológicas Leyes medioambientales

- Realice un diagrama de flujo de proceso por responsabilidades; utilizando una herramienta web 2.0 e identificando los puntos críticos de control.

[https://drive.google.com/open?id=1cmmxWo739ug-8\\_wMa91WgbGAOa6OgHE3](https://drive.google.com/open?id=1cmmxWo739ug-8_wMa91WgbGAOa6OgHE3)





- **Evalúe la vulnerabilidad del sistema logístico desde el componente de inventarios y almacenamiento en la red diseñada**

### **Picos de volumen inesperados**

La incapacidad de hacer frente a volúmenes inesperados muy altos es un riesgo permanente para la PYMES lo cual puede llegar a generar una gran insatisfacción al consumidor y pudiendo llegar a generar preferencia por la competencia, mayor pérdida de ingresos para algunas de las empresas dentro de la cadena de suministros llegando a generar interrupciones dentro de la cadena si los procesos, recursos y soporte no están diseñados para manejar estas fluctuaciones y picos de volúmenes de producción altos. Siendo difícil pronosticar estas variaciones por la cantidad de factores que afectan llegar a dato correcto, basarse en tendencias históricas para anticipar las futuras a corto o mediano plazo es una forma de llegar

a conseguir los puntos de estas variaciones en el mercado, pero incluye un grado de tendencia al error.

### **Errores en Picking**

No solo se trata de mantener un stock flexible a las necesidades de nuestros clientes, sino de mantener el nivel de satisfacción. Generar errores en solicitudes de mercancía puede llegar a generar una logística inversa conllevando a generar pérdidas económicas a nivel de tiempos y procesos llegando a bajar el margen de ganancia sobre la mercancía. Es necesario saber la cantidad de inventario es requerido para prever correctamente la demanda, establecer márgenes de seguridad en el stock, llevar un control del inventario para evitar la obsolescencia de la mercancía es un punto crítico dentro de nuestra cadena de suministros.

En la vulnerabilidad del componente de inventarios y almacenamiento podemos concluir que según el sistema de red que diseñamos los clientes tienen diferentes posiciones geográficas o climas y por eso debemos tener un plan de fabricación para cada tipo de zona ya que si el cambio de clima afectaría los inventarios.

#### Algunos componentes de vulnerabilidad

- ¿El pedido que se realiza va a ser constante? Para esto debemos llevar un programa periódico de consumos y de producción.
- También debemos en este punto tener en cuenta todos los clientes de cualquier nivel porque también deben existir pedidos por parte de ellos y tenemos la obligación de cumplir con todos sea de cualquier nivel.
- Tener certeza de que más vamos a fabricar
- Si tenemos mercancías paradas en la bodega debemos realizar un plan de ventas para poder sacar las nuevas colecciones como promociones, rebajas de precios y comportamientos del dólar si hay exportaciones.
- No debemos fabricar demasiados productos del mismo modelo ya que podemos inundar el mercado y nos quedaríamos con este.

- Realizar un mercadeo de que le gusta más al cliente como modelo, material, tendencia y precio.

**Evalúe la vulnerabilidad del sistema logístico desde el componente de transporte y distribución en la red diseñada.**

### **Riesgos de fallos de los proveedores**

Es difícil de anticipar este fallo o vulnerabilidad más si se encuentran en relación con situaciones exógenas, problemáticas de liquidez o roturas dentro de la cadena de suministros de los mismos proveedores. De igual forma el aumento en el uso de la subcontratación contribuye a aumentar este factor generando un aumento entre las partes interesadas, externalización donde los estándares y políticas son diferentes, siendo un problema latente la falta de visibilidad de los proveedores sobre los peligros que pueden llegar a afrontar a una compañía o proveedor, siendo los clientes la fuente de retroalimentación llegando a mejorar este punto, pero siendo incapaz de llegar a un punto óptimo.

### **Desastres naturales**

Este factor junta dos características, primeramente, son difíciles de prever y segundo las consecuencias pueden llegar a ser desastrosas, el margen de impredecibilidad de estos factores exógenos llega a tener grandes afectaciones a una empresa, llegando a afectar los tiempos de respuesta e incrementando los costes en transportes y precios en el producto final.

- **Evalúe la vulnerabilidad del sistema logístico desde el componente tecnológico en la red diseñada**

### **Integridad en lo datos**

Esto nos puede afectar los procesos de fabricación y producción, muchas de las operaciones y decisiones dependen netamente de la infraestructura IT, los datos ejecutados, bases de datos internos y sistemas de información de servicio al cliente. Pudiendo llegar a interrumpir la operación del negocio resaltando la necesidad de planificación de contingencia y copias de datos regulares en redes seguras.

### **Falta de disponibilidad de los sistemas de información**

Cualquier fallo en los sistemas de información puede llegar a generar pérdida de clientes, costos directos e indirectos, degradación de la imagen de la compañía. Este riesgo es de alto nivel por la cantidad de empresas involucradas dentro de la cadena de suministros que pueden llegar a verse afectadas, empresa, proveedores, transportadores, clientes de los diferentes niveles. De igual forma la percepción del cliente final en relación a la calidad y eficiencia, y aún más cuando la compañía está basada en el Just in time bajando los niveles de confianza de nuestros clientes dentro del mercado.

- **Defina el mapa de indicadores requeridos para la administración de la red estructural, tomando como referente el modelo transaccional de SCOR – APICS.**

#### Modelo SCOR

##### **Nivel 1.** Toma de **decisiones** estratégicas básicas de su operación

- Desempeño en las entregas
- Desempeño en el cumplimiento de los pedidos
- Capacidad de reposición (fabricar a existencia)
- Tiempo de manejo para el cumplimiento del pedido
- Cumplimiento perfecto del pedido
- Tiempo de respuesta de la cadena de abastecimiento
- Flexibilidad en la producción
- Costo del manejo total de la cadena de abastecimiento
- Productividad en valor agregado
- Costo de garantía o costo de reproceso de las devoluciones
- Tiempo de ciclo de efectivo
- Días de inventario
- Retorno de los activos

#### Indicadores de desempeño de nivel superior

Indicadores de desempeño de nivel superior	Atributos de desempeño				
	Externo (cliente)			Interno	
	Flexibilidad	Respuesta	Agilidad	Costos	Activos
Pedidos entregados completos					
Tiempo de ciclo de entrega de pedidos					
Flexibilidad superior de la cadena de suministro					
Adaptación superior de la cadena de suministro					
Adaptación inferior de la cadena de suministro					
Costo de administración de la cadena de suministros					
Costos de productos vendidos					
Retorno sobre el capital de trabajo					

### Indicadores de desempeño en el proceso de aprovisionamiento y compras

Indicador	Objetivo
Costo de compras	Medir los costos de compras relacionados con los procesos internos y gestión de proveedores
Tiempos de entregas del proveedor	Medir el tiempo desde que se envía la orden de compra al proveedor hasta que se entrega el producto en las instalaciones
(%) de quejas sobre productos adquiridos y entregas perfectas	Determinar en % de quejas respecto a la cantidad de pedidos realizados en la empresa
Numero de compras a proveedores certificados	Medir la cantidad de compras que se realizan a proveedores certificados como estrategia de competitividad

### Indicadores de gestión de inventarios

Indicador	Objetivo
Rotación de inventarios	Medir el número de veces que un inventario se renueva en un periodo de tiempo
cobertura de inventario	Tiempo que la cantidad de inventario permite cubrir las necesidades de los clientes
inventario dañado y obsoleto	Medir la cantidad de inventario dañado sobre el inventario total
costo del inventario	Costo de inventario considerando productos, recursos para gestión. Obsolescencia, mermas.

### Indicadores de proceso de producción



Indicador	Objetivo
% de cumplimiento del plan maestro	Medir el cumplimiento del plan maestro través del calculo de artículos fabricados sobre el total planificado
Tiempo de ciclo de la producción	Medir el tiempo transcurrido desde que se genera la planificación sobre el numero de horas normales planificadas
Eficiencia de la producción	Relación del numero de horas utilizadas en la producción sobre el numero de horas normales planificadas
Tiempo de espera o Setup	Medir el tiempo transcurrido en el cambio o preparación de maquinas
Costo de producción	La división entre el total de costos asociados a su operación sobre la cantidad de productos fabricados
Tamaño del lote	Determinar el máximo o mínimo de artículos que se producen por orden de producción
Cantidad producida	Medir la cantidad de productos por referencia que se obtiene en el sistema de producción

### Indicadores de desempeño en la gestión

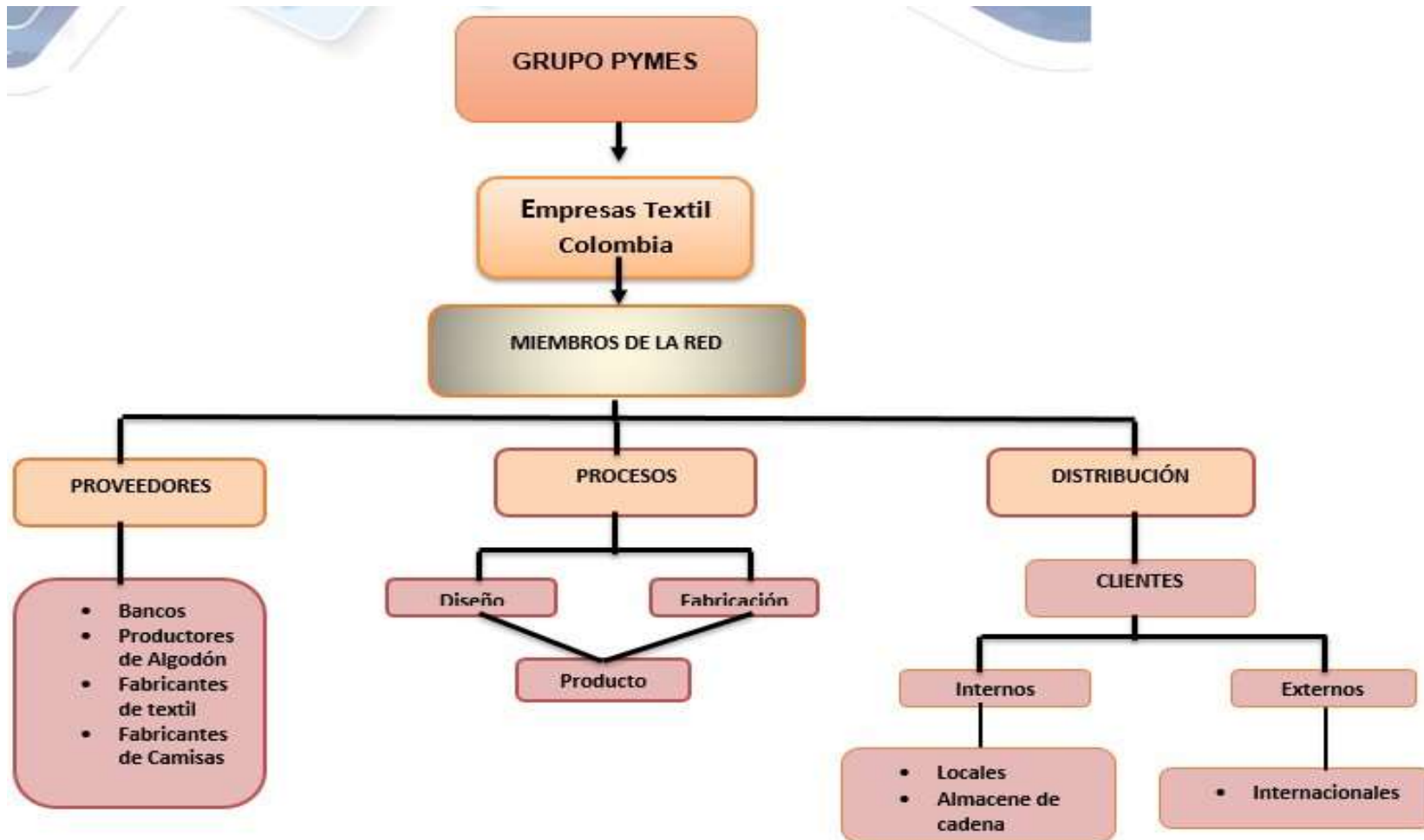
Indicador	Objetivo
Teiempo de ciclo en la recepción	Medir el tiempo que se descarga el camien hasta que se inspecciona y registra en el sistema de informacion
% de utilización de espacio o posiciones de almacenamiento	Medir la utilización de espacio de almacenamiento atraves de la division de la utilización en m2 sobre su capacidad
Eficiencia de los equipos de manejo de materiales	Se calcula como el tiempo de utilización de los equipos sobre el tiempo total disponible o utilización actual sobre la capacidad disponible
Exactitud de la operación de pedidos	Determinar los % de ordenes de pedidos preparadas correctas dividido el total de ordenes preparadas
Nivel de servicio de inventario para pedidos	Medir el porcentaje de ordenes de pedidos que son atendidas con el inventario disponible en la empresa dividido el numero de ordenes totales despachadas
Cantidad de productos no despachados	Medir los productos que no son enviados a los clientes por pedido respecto al total de productos solicitados
Promedio de lineas despachadas por hora	Medir el numero promedio de productos recogidos por linea de pedido por hora trabajador en el almacen, analizando su eficiencia en el desarrollo de sus actividades
Productividad del almacen y costos	Medir la cantidad de ordenes atendidas por el almacen sobre el costo del personal del almacen en un periodo de tiempo

### Indicadores de transporte y distribución

Indicador	Objetivo
Ciclo de tiempo del transporte	Medir el tiempo que transcurre mientras se carga el producto hasta que se haga en el destino
confiabilidad en el transporte	Medir el % de entregas realizadas a tiempo sobre el total de entregas planificadas
Productividad del volumen del transporte	Medir el volumen transportado sobre las horastrabajadas
Costos de transporte	Determinar el costo pro KM de cada modo de transporte y los gasto asociados. Como herramienta.

2. Explorar la situación del sistema logístico del sector “

a. Defina la cadena de valor de Porter del sector analizado. “Análisis de los cuellos de botella en la logística internacional de las pymes de confecciones en Colombia”.



## **1. Producto seleccionado**

### **Empresas Textil Colombia**

Se especializa en textiles de algodón, mezclas con poliéster, lanas técnicas para prendas, hogar y usos técnicos de telas en plano y punto. Se produce telas en plano, y punto con fibras sintéticas de poliéster y acrílicos para las confecciones, hogar y usos técnicos.

Las empresas del sector textil, aparecen como principales protagonistas dentro del estudio de Sectores de clase mundial en Colombia e investigación patrocinada por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y adelantada por la empresa McKinsey.


### **Desarrollo de materiales textiles**

A nivel general se identifican requerimientos en el desarrollo de materiales textiles que sean más compatibles con las necesidades y desempeño humano, esto debido a que los nuevos desarrollos en automatización de procesos industriales están haciendo evolucionar la producción de materiales amigables con el medio ambiente, logrando generar productos de la alta capacidad de reciclaje que puedan ser convertidos incluso en biomasa para la generación de energía. (Cidetexco 2009)

### **Segmentación**

El eslabón de textiles está conformado por dos segmentos, las grandes y las medianas textileras. Los cuales se identifican a través de variables de clasificación como el número de empleados, los activos y las ventas.

Partiendo de los eslabones productivos agropecuarios y hasta el eslabón de textiles se puede afirmar que toda la cadena productiva tiene un comportamiento similar en su dinámica y estructura, sin importar las particularidades de los productos confeccionados.



A partir del eslabón de textiles, se dan las diferencias más significativas generadas por la diversa gama de productos. Cuentan con empresas con capacidades de producción y destinos diferentes. Los textiles elaborados abarcan desde la producción de telas para la confección de ropa masculina, femenina, infantil, de trabajo, para la salud. Y van hasta textiles para usos industriales, cortinería, automóviles, etc.

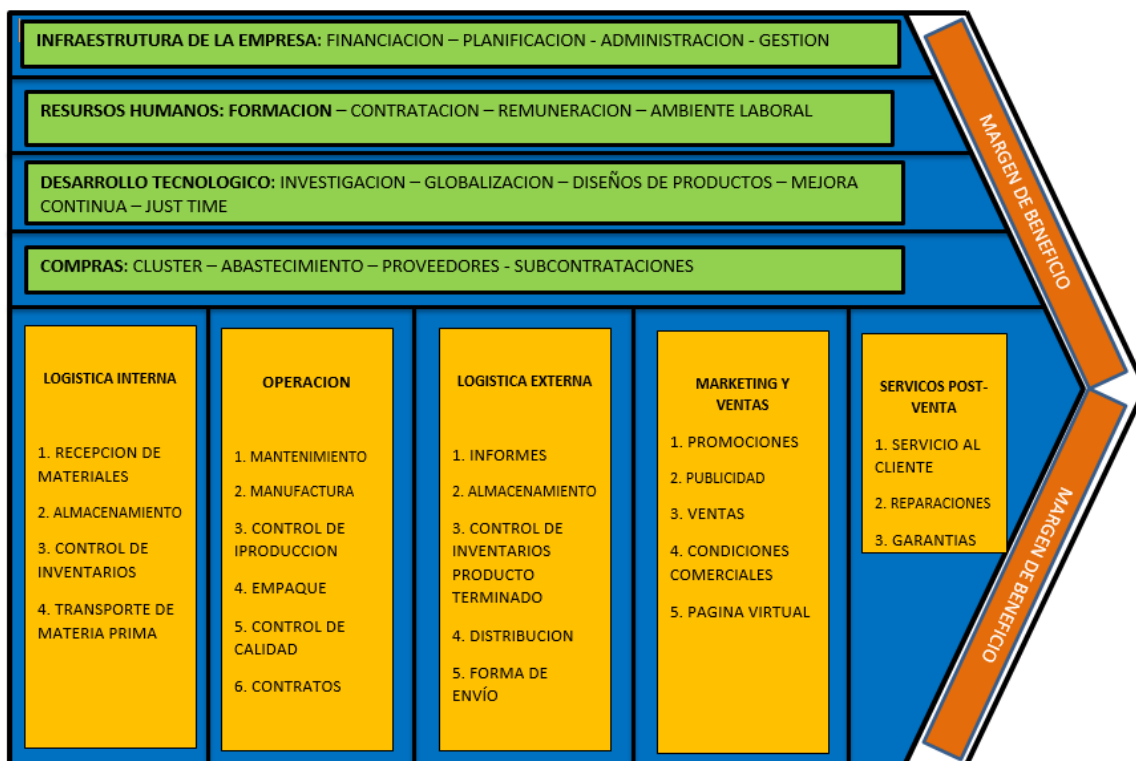
La cadena de valor es una herramienta poderosa para el análisis de planificación estratégica; por general el valor de una empresa está conformado por todas sus actividades generadoras de valor agregado.

### 1. actividades primarias

- Logística interna: comprende operaciones de recepción
- Operación: todo sobre producción
- Logística externa: Almacenamiento y distribución
- Marketing y ventas: Dar a conocer el producto
- Servicios post venta: Mantener el valor del producto aplicando garantías

### 2. Actividades secundarias

- Infraestructura de la empresa: actividades que prestan apoyo a la empresa
- Recursos humanos: motivación del personal
- Desarrollo tecnológico: desarrollo y generadores de valor
- Compras



**b. Identifique las iniciativas de competitividad, desarrollo de clústeres vigentes en Colombia para el sector analizado.**

Factores de competitividad

- Estrategia – estructura – rivalidad empresarial –factores productivos

Esto habla de la rivalidad de las empresas a nivel local pero las economías con baja productividad tienen poca rivalidad, para pasar a una economía desarrollada es necesario que exista una fuerte rivalidad.

El clima de inversión y las políticas sobre la competencia así como la estabilidad macroeconómica y política, el sistema tributario, las políticas de mercado y las reglas de propiedad contribuyen a que las empresas inviertan para mejorar.

- Condiciones de la demanda – condiciones de la demanda doméstica

Teniendo un mercado saturado las empresas se impulsaran hacia otros mercados pero se debe tener en cuenta:

- La introducción a la demanda local
  - Clientes locales sofisticados
  - Segmentos especializados
  - Clientes cuyas necesidades se anticipan a las del país

Esta demanda hace que las empresas quieran cambiar sus servicios imitadores y de baja calidad a una competencia basada en la diferenciación

- Sectores de industria relacionadas y de apoyo

Las relaciones entre empresas de un mismo país fomentan internacionalización y competitividad, para esto se debe tener en cuenta:

- La actividad de los apoyos en la red de niveles del gobierno, instituciones educativas y de investigación, industrial conexas.
- La presencia de proveedores locales
- Clúster en lugar de industrias aisladas

El acceso a productos suministrados por integrantes del clúster puede implicar menores costos de transacciones y abastecerse dentro del mismo minimiza los costos de inventarios y elimina el costo y demoras de importación.

- Condiciones de los factores de producción – grado de rivalidad domestica

En este punto las empresas por la rivalidad buscara innovación y mejoras y otras buscaran nuevos mercados donde la rivalidad sea menor.

- Factores productivos o servicios necesarios para competir
- Cantidad y costo de los factores
- Especialización de los factores

Estos factores van desde activos intangibles, como infraestructura física, sistema legal y los centros de investigación.

- La actuación de los gobiernos

Todos los gobiernos deben potenciar las ventajas naturales de la empresa y favorecer la creación de los factores avanzados.

Pautas:

- Centrarse en crear factores especializados
- No intervenir en los mercados
- Imponer normas
- Promover inversión con incentivos
- Perseguir la competencia desleal
- Políticas antimonopolio



Dentro del sector textil encontramos las siguientes iniciativas de clúster en Colombia encontramos:

ID	NOMBRE DE LA INICIATIVA	DEPARTAMENTOS	AÑO DE CREACION
1	<b>CONFIQUE</b>	Cauca	2013
2	<b>Iniciativa textil – confección del Tolima</b>	Tolima	2013
3	<b>El norte de la moda</b>	Norte de Santander	2014
4	<b>Clúster moda y fabricación avanzada</b>	Antioquia	2008



ID	NOMBRE DE LA INICIATIVA	DEPARTAMENTOS	AÑO DE CREACION
5	<b>Federación clúster textil confección eje cafetero</b>	Caldas, Quindío, Risaralda	2015
6	<b>Iniciativa clúster piezas de vestir</b>	Bogotá D.C, Cundinamarca.	2012
7	<b>Sistema moda</b>	Valle del cauca	2016

### c. Benchmarking de las prácticas logísticas mundiales

El benchmarking es un proceso continuo donde se toma como referencia los productos, servicios o procesos de trabajo de las empresas líderes, para compararlos o copiar sus procesos hacia otras empresas y posteriormente realizar mejoras e implementarlas.

#### Tipos de benchmarking:

- **Competitivo:**

Este busca medir productos, servicios y procesos de los principales competidores para realizar comparaciones y después realizar mejoras que nos llevan a ser mejores que ellos. Este modelo competitivo consiste en reunir información de las compañías que se establecen como competencia directa para la empresa, claramente esta información se basa en los bienes y servicios ofertados y las estrategias de mercadeo, que permitan realizar una medición de los resultados de las compañías para establecer los comparativos requeridos.

- **Interno**

Este se lleva a cabo dentro de la misma empresa, estas suele ser empresas grandes que cuentan con diferentes departamentos o empresas con distintas plantas; en estas se identifican un departamento o área que sea ejemplo para que las otras sigan su ejemplo.

Este método lo que hace es comparara las áreas de la empresa, por departamentos, por funciones, tareas, estableciendo las diferencias y acciones de mejora para aquellas en donde sea preciso corregir e implementar nuevos mecanismos.

- **Funcional**

Esta quiere decir que identifica las mejores prácticas de una empresa que sea excelente en el área que se quiere mejorar y no es necesario que la otra empresa sea rival o competidora. Este método busca realizar un análisis de múltiples empresas que no se consideran como competencia directa pero que sus modelos de gerenciamiento y de su cadena logística se encuentra diseñada para arrojar los mejores resultados.

### **Etapas del benchmarkig**


- Planificación: ¿Qué se va a medir? ¿a quién vamos a medir? ¿Cómo vamos a hacerlo?
- Datos: recopilación de datos
- Análisis: analizar los elementos que causan la diferencia
- Acción: tomar los puntos de referencia para adaptarlos
- Seguimiento y mejora: Realizar informe de toda la información del proceso.

En este caso que estamos trabajando en la materia debemos realizar el de tipo competitivo ya que vamos a estudiar las grandes empresas con sus procedimientos y de ello mejorar la de nosotros para así llegar a ser una empresa global con ellas.

Según el caso que es el de textil productora de camisas creo que estas grandes multinacionales tiene vanguardia en el tema de camisas, camisetas y elementos deportivos, estas son Adidas y Nike

### **Análisis comparativo**

En el campo deportivo la publicidad a nivel global está equipando a la gran parte del mundo y con ello no se necesita de gran esfuerzo para encontrar lo que se necesite al gusto y a distintos precios en cualquier escenario deportivo. Pero los símbolos tanto de Adidas como de Nike son las más reconocidas a nivel mundial, ya que estas se encontrar en todo lo que es implementos deportivos, esto gracias a sus publicidades que constantemente interrumpen las



transmisiones televisivas. Estas compañías aprovechan los grandes eventos y siempre cada una de ellas quiere sobresalir más que el otro, pero la competencia es demasiado fuerte y hoy resulta complicado distinguir cuál de las dos marcas lleva la delantera. Nike vs. Adidas, las dos gigantes continúan enfrentadas por obtener la mayor atención y compra de sus clientes y para esto tienen una disputa sana y están dispuestos a todo.

Desde 1954 ADIDAS ha implantado su éxito publicitario para abrir la marca a otros panoramas por medio de todas las competiciones del deporte en el mundo como tenis, baloncesto, natación y por supuesto el fútbol que es el que más ganancias genera. Mientras que NIKE basa su estrategia de publicidad en los años 70 con su distintivo logo “el chulo”, pero también interactúa en todo los deportes pero no con el mismo entusiasmo que Adidas. Esta rivalidad no se sabe exactamente cuándo comenzó por la preferencia de marca pero cada una de estas multinacionales busca como ingresar en el mercado del otro o para enamorar al cliente y ganárselo. Por otra parte si nos centramos en el fútbol que es el deporte mundial vemos el gran enfrentamiento de estas marcas. ADIDAS, domina más del 35 % del mercado futbolístico, seguida por NIKE, con una cifra cercana al 32%. Por detrás, pero existen otras marcas como puma con casi un 10%.

ADIDAS es uno de los patrocinadores oficiales que varias veces ha sido parte de la Copa Mundial de fútbol y en último mundial tuvo un contrato de 350 millones de dólares le aseguró a ADIDAS la posibilidad de equipar a los árbitros y voluntarios. En cambio NIKE ha empleado como estrategia el contrato de varios de los principales equipos y estrellas del 32 fútbol. Su triunfo más destacado fue la firma de los pentacampeones brasileños quienes deberán vestir indumentaria de NIKE por 14 años más, por un precio de 114 millones de dólares. Y hablando de otros juegos como son los Olímpicos ADIDAS continua marcando la pauta por contratos por más de cien millones de dólares, aportando así la vestimenta utilizada por los voluntarios y oficiales técnicos. A su vez, NIKE logró firmar a 22 de las 28 federaciones deportivas chinas. Por ejemplo, un atleta debía competir utilizando la indumentaria de Nike por la de Adidas.

Bueno este enfrentamiento sano entre estas dos multinacionales sigue el día a día y siempre estos teniendo súper ganancias multimillonarias que reciben por que vistan sus prendas esto

les sirven como vitrina también para que las demás personas se dirijan a la que mejor les parezca, cabe decir que las multinacionales aumentan su dinero pero sus trabajadores no los hacen partícipes de estas que sería muy bueno para ellos.

**d. Proponga una hoja de ruta para mejorar el sistema logístico del sector analizado desde el componente operacional y tecnológico a nivel estratégico, táctico y operativo.**

**Generalidades**

En el proceso logístico de las Pymes de confecciones se dan principalmente por la falta de conectividad entre el proceso interno de la empresa y su proceso de exportaciones, falta claridad en los procesos productivos, la falta de planeación y desconocimiento al realizar una exportación, un proceso logístico de distribución deficiente donde Colombia es un país que tiene un desarrollo bajo comparado con su competencia internacional y sus principales clientes Banco Mundial (BM, 2016).

**Estructura del programa**

El programa contiene la siguiente estructura: Fin, Propósito, Componentes, Áreas Temáticas de Intervención, Actividades y Metas.

Fin: Es el enunciado general de lo que se pretende lograr o alcanzar en el proyecto, esto tiene que ir de acuerdo con lo que se quiere al finalizar el proyecto.

Propósito: Es el beneficio que se suma al proyecto

Componente: Permite integrar las acciones de un proyecto

**Fin**

Contribuir a mejorar el sistema logística del caso “Análisis de los cuellos de botella en la logística internacional de las pymes de confecciones en Colombia”.

**Propósito o Objetivos**

- Estudiar el caso con el fin de observar y mejorar los cuellos de botella de Pymes Confecciones.
- Aumentar los índices en el mejoramiento de la logística.

### **Sistemas de logística:**

Para llevar a cabo una logística exitosa es necesario planear, implementar, y controlar efectiva y eficientemente las actividades básicas de la empresa como: compras, producción, almacenaje, distribución y ventas. La logística empresarial incluye las actividades internas de la empresa relacionadas con el flujo y transformación de materiales, información y dinero, desde la materia prima extracción hasta el usuario final.

Los elementos que se tienen en cuenta en el proceso logístico al interior de la empresa son los proveedores, los centros de producción, los canales de distribución y los clientes.

### **Sistemas Operativos:**

El empresario debería tener conocimiento del proceso logístico desde su proveedor de materia prima País A hasta la entrega a su cliente final País B, buscando que el producto llegue en la cantidad y calidad requerida en el momento y lugar demandado con el menor costo posible y es por esta razón que la logística empresarial y la internacional deben estar coordinadas en todos sus procedimientos.

### **Sistemas estratégicos:**

Liderazgo de costo: radica en mantenerse en los primeros puestos de la lista de empresas del mismo sector, para así tratar de aventajar a la competencia en materia de precios. No obstante, esta estrategia es arriesgada pues entran otras variables en juego como tu poder de negociación con proveedores lo que, a la larga, puede determinar tu estrategia de precios.

Crear un valor añadido sobre el producto que se ofrece para que el mercado le vea como único, ejemplo la imagen, diseño, entrega a domicilio, atención al cliente personalizada.

Se debe conocer la disponibilidad de materia prima, de los equipos, de la mano de obra y de la capacidad instalada para responder con los clientes en el exterior.

### **Sistemas tácticos:**

Si la empresa busca internacionalizarse, debe enfocar sus procesos al cumplimiento de normatividades y requerimientos del mercado al que piensa llegar empaques, calidad, certificados y estandarizar sus procesos productivos con el fin de cumplir con los tiempos y calidad.

Listado de ideas, estrategias y acciones a implementar

<b>Crear más formas de implementación en la logística Interna</b>	<b>Hacer colaboración con otras entidades de la región.</b>
<b>Crear nuevos recursos y áreas de Logística</b>	<b>Invertir en nuevas formas de despachos de los productos, desde el proveedor hasta el primer cliente potencial</b>
<b>Adquirir nuevos Sistemas de Tecnologías</b>	<b>Con las nuevas APP se mantendrá un seguimiento oportuno en la documentación del producto</b>
<b>Crear más formas de implementación en la logística Externa</b>	<b>Se dará un cumplimiento de normatividades y requerimientos del mercado al que piensa llegar empaques.</b>



## CONCLUSIONES

- Se aplican los conocimientos adquiridos durante el desarrollo del curso “Diplomado de Profundización Supply Chain Management y Logística” para implementarlos en el caso “Análisis de los cuellos de botella en la logística internacional de las pymes de confecciones en Colombia”.
- En este trabajo se realiza la implementación del sistema “Supply Chain Management y logística”, donde se actúa en el caso de estudio “Análisis de los cuellos de botella en la logística internacional de las pymes de confecciones en Colombia”.
- En el SCM es la herramienta estratégica donde se lograra involucrar a toda la cadena tanto interna como externa identificando cuales son nuestros aliados.
- Los procesos benchmarking permiten a la compañía realizar los respectivos análisis y comparativos de la empresa en comparación con su competencia directa, lo que permite establecer acciones de mejora en los procesos donde se cuenta con debilidades.
- El sistema de logística se basa en planear, implementar, y controlar efectiva y eficientemente las actividades básicas de la empresa como: compras, producción, almacenaje, distribución y ventas.
- Pudimos estudiar las vulnerabilidad que tienen los sistemas logísticos desde los componentes tecnológico y de transporte, con esto proponer mejoras en los sistemas y políticas que ayuden a la mejora continua de la cadena productiva del sector textil.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Castellanos, R. A. (2009). Manual de gestión logística del transporte y distribución de mercancías. Bogotá, CO: Universidad del Norte. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/detail.action?docID=10458226&p00=modos+medios+transporte>

Bowersox, D. (2007). Administración y Logística en la Cadena de Suministros. McGraw-Hill. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2053/?il=273>

Mora, I. (2008). Gestión logística Integral: Las mejores prácticas en la cadena de abastecimientos. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=3199881>

BELTRÁN A. BURBANO A. (2002) Modelo De Benchmarking\* De La Cadena De Abastecimiento Para Pymes Manufactureras. Recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=s0123-59232002000300001](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s0123-59232002000300001)  
 Que es el benchmarking y como nos puede ayudar en nuestra estrategia de marketing. Recuperado de <https://www.gestion.org/que-es-el-benchmarking-y-como-nos-puede-ayudar-en-nuestra-estrategia-de-marketing/>

Estudio de caracterización de la logística en Colombia. SENA 2014. Recuperado de <https://repositorio.sena.edu.co/handle/11404/752>