

Propuesta de Supply Chain Management y Logística para la Empresa Restaurante

Don Lucho

Elaborado Por:

Yesika Andrea Barrera Aguirre

Claudia Rocío González Castelblanco

José Alexander Barón Camargo

Néstor Samuel Barón Pirazan

Yenni Montañez Avella

Grupo. 207115_29

Tutor:

Dany Alexander Reyes Mateus

Universidad Nacional Abierta y a Distancia- UNAD

Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería

Diplomado de Profundización en Supply Chain Management y Logística

Opción de Grado

Abstract

In the application of the Supply Chain Management system in the restaurant Don Lucho, an establishment recognized in the sector for the quality of its dishes and its excellent service, for this reason, every day we worked on providing the best quality in their products, The implementation and monitoring of logistics systems within organizations are a pillar of great opportunities in the beginning and trajectory of the market, this is the purpose of taking advantage of the development of resources. Aspects to improve are identified within each standardized procedure in the logistics and supply chain of the establishment, since the inventory and stock is updated, in addition to distributors and retail and wholesale suppliers maintain supply strategies. Some of these strategies are the identification and evaluation of suppliers, transportation for the supply in coordination of the purchase of materials or with a magnifying glass the traceability of the production chain to identify the product selected for preparation by the diner and in this way it is observed which is the ingredient with low movement in order to make decisions wisely avoiding the loss of ingredients, storage and quality according to the sales of the restaurant.

Certain ways of applying and improving the conditions of the establishment are observed, such as organizational structure, image, distribution of spaces, design of warehouses or warehouses, in addition to significantly improving the products and services offered, implementing general improvements throughout the organization in order to generate market positioning.

Keywords: Logistics, supply chain, customers, suppliers.

Tabla de contenido

Introducción	14
Objetivos	16
Objetivo General	16
Objetivos Específicos.....	16
Configuración de la Red para una Empresa _Proceso Según Global Supply Chain Fórum.....	17
Misión	17
Visión	17
Valores	17
Miembros de la Red a la cual pertenece la empresa (Clientes y proveedores).....	18
Proveedores	18
Proveedores de 1 nivel	18
Proveedores de segundo nivel.....	19
Proveedores de tercer nivel.....	19
Clientes	19
Clientes primer nivel.....	19
Clientes de segundo nivel	20
Clientes de tercer nivel.....	20
Posición Horizontal de la Compañía.....	22
Tipos de vínculos de procesos y señalarlos en el diagrama de la red.	24
Análisis procesos Hotel y Restaurante Donde Lucho.....	25
Administrativo	25
Monitoreado	25

No Administrativo	25
No Participante.....	25
Análisis procesos Hotel y Restaurante Donde Lucho.....	26
Procesos integrados administrativos.....	26
Proceso integrado monitoreado.....	26
Proceso integrado no administrativo.....	26
Proceso integrado no participante.....	26
Proceso para una Empresa Según el Enfoque GSCF.....	28
Customer Relationship Management / Administración de las Relaciones con el cliente.	28
Customer Service Management / Administración del servicio al cliente	29
Demand Management / Administración de la demanda.....	29
Order Fulfillment / Ordenes perfectas	30
Manufacturing Flow Management.....	32
Dentro de los Procesos Operacionales están:.....	33
Supplier Relationship Management / Administración de las relaciones con el proveedo.	34
Product Development and Comercialización: Desarrollo y Comercialización de Productos.....	36
Returns Management / Retornos.....	38
Proceso para una Empresa, Según Enfoque de APICSSCOR.....	40
Como aplicarían los seis (6).....	40
Apics	40
Scor (Supply Chain Operations Referenced).....	40
Enfoque Apics-Scor.....	40

El Modelo Scor Identifica 6 Procesos De Gestión Principales.....	41
Apics – Scor_ Restaurante Don Lucho.....	42
Plan	42
Ss- Source- Fuente De Aprovisionamiento.....	43
Source Stocked Product (S1)	45
Source Stocked Product (S1)	46
Source Make- To-Order (S2)	47
Source Engineer- To- Order (S3).....	49
Fabricación.....	50
Aspectos Claves Dentro De La Preparación.....	50
Condiciones Para El Almacenamiento De Las Materias Primas	50
Tipos De Almacenamiento	52
Almacenamiento Refrigerado.	52
Mantener Buena Circulación De Aire.....	53
Proteger de los alimentos	53
Chequear las temperaturas	54
Entrega	55
Flujo de clientes continuos (Fechas especiales y fines de semana).	55
Entrega Norma	56
Entrega especial	56
Entrega por domicilio.	56
Devoluciones.....	56
Enable	57

Posición de Colombia en términos de logística Según el Banco Mundial	59
Diagrama De Información	59
Diagrama flujo de producto	61
Diagrama Flujo De Dinero.....	62
Definición de las convenciones	62
Cuadro Comparativo de Acuerdo con LPI del Banco Mundial	65
Cuadro Sinóptico elementos fundamentales del documento “Conpes 3547 Política Nacional Logística”	66
Proponer un Modelo de Gestión de Inventarios para una Empresa.....	67
The Bullwhip Effect— Exploring Causes And Counter Strategies.....	67
El Efecto Látigo Exploración De Causas Y Contra estrategias	67
Demand-forecast updating / Actualización de pronóstico de demanda.....	67
Order batching / Procedimiento por Lotes de Pedidos.	68
Price Fluctuation _Restaurante Don lucho	70
Shortage gaming_ Restaurante Don Lucho	71
Instrumento estrategia de gestión de los inventarios para la empresa.	72
Cuestionario de preguntas y respuesta	73
Proponer un Layout para el Almacén o Centro de Distribución de una	77
Empresa.....	77
Situación Actual del Centro de Distribución	77
Proceso de Recepción de Ingredientes y Comensal.....	78
Descripción procesos y Zonas de Operaciones.....	78
Fabricación.....	78

Aspectos Claves Dentro De La Preparación	78
Limpieza.	78
Separación.....	78
Condiciones Para El Almacenamiento De Las Materias Primas	78
Tipos De Almacenamiento	79
Almacenamiento Refrigerado	80
Mantener Buena Circulación De Aire.....	81
Proteger de los alimentos.....	81
Almacenamiento Congelado.....	82
Devoluciones:	82
Zonas del área de operaciones	84
Plano Layout Actual Restaurante don lucho.....	85
Plano de Layout Propuesto	86
Descripción cambios realizados:.....	87
Identificar los Modos y Medios de Transporte Utilizados por una Empresa.	88
Tipos de medios Transporte.....	88
Articulado:	88
Distribuidor de carnes (acuatrucha).....	88
Distribuidor de alimentos no perecederos.....	88
Distribuidor de alimentos perecederos.....	88
Distribuidores de bebidas.....	89
Internos:	89

Medio de transporte externo: En el restaurante Don lucho se maneja para poder distribuir su producto es:.....	90
Moto.....	90
Mapa conceptual con el tema *TMS* (Transportación Management System).....	92
Proponer una Estrategia de Aprovisionamiento para una Empresa.....	94
Instrumento para realizar las consultas que consideren pertinente, de tal forma que puedan develar la forma en que la empresa gestiona su proceso de aprovisionamiento ..	94
Instrumento de medición.....	94
.....	95
Estrategia De Aprovisionamiento:.....	100
Recepción.....	100
Transporte	101
Almacenamiento	101
Inventario	101
Cadena de suministro.....	101
Instrumento (aplicativo en Excel) para realizar la evaluación y selección de proveedores.	102
Modelo de selección y evaluación de proveedores.....	104
Elección de Variables	106
Identificar los Beneficios al Implementar Estrategias de DRP y TMS.	107
Describir y explicar la estrategia de distribución de la empresa.....	107
Función Diseño y Canal.....	108
Factores que influyen en el diseño de distribución.	108

Capacidad de Mercado.....	110
Estrategias Del Cross-Docking.....	110
Modalidades del crossdocking.....	112
Proveedor y Distribuidor.....	112
Responde preguntas	114
Mapa conceptual relacionado con el tema “DRP” (Distribution Requirements Planning). ventajas y desventajas de aplicarlo en la empresa.	117
ventajas y desventajas de aplicar el DRP al Restaurante Donde Lucho.	119
Ventajas.....	119
Desventajas	119
Identificar las Megatendencias en Supply Chain Management y Logística.....	121
Mapa conceptual relacionado con el tema “Megatendencias en Supply Chain Management y Logística”.	121
Comentario Relacionado con los Factores Críticos de Éxito que Dificultan la implementación de esas mega tendencias, en las Empresas Colombianas para el Desarrollo de la actividad.	123
Conclusiones.....	125
Bibliografía.....	128
Anexos	130

Tablas

Tabla 1 <i>Análisis procesos Hotel y Restaurante Donde Lucho</i>	25
Tabla 2 <i>Categorización de los Proveedores</i>	35
Tabla 3 <i>Source Engineer- to- Order (S3)</i>	45
Tabla 4 <i>Ventajas y Desventajas</i>	93
Tabla 5 <i>Tabla de puntuación</i>	106

Figuras

Figura 1 <i>Organigrama</i>	18
Figura 2 <i>Red Estructural Restaurante Don Lucho</i>	20
Figura 3 <i>Estructura Horizontal de la Empresa Don Lucho</i>	21
Figura 4 <i>Estructura Vertical de la Empresa Don Lucho</i>	22
Figura 5 <i>Posición Horizontal de la Empresa Don Lucho</i>	23
Figura 6 <i>Tipos de Vínculos de Procesos en el diagrama de red</i>	24
Figura 7 <i>Aplicación de la Logística Interna</i>	33
Figura 8 <i>Logística tradicional y logística Inversa</i>	39
Figura 9 <i>Modelo Scor</i>	41
Figura 10 <i>Tipos de Menús</i>	55
Figura 11 <i>Diagrama flujo de información Empresa Restaurante Don Lucho</i>	59
Figura 12 <i>Diagrama Flujo de Información</i>	61
Figura 13 <i>Diagrama Flujo de Dinero</i>	64
Figura 14 <i>Cuadro Comparativo Colombia vrs América Latina, América latina, de Centroamérica Norteamérica, Europa, Asia y África</i>	65
Figura 15 <i>Hoja de Inventario y Stock</i>	68
Figura 16 <i>Formato de Entradas y Salidas</i>	70
Figura 17 <i>Layout Actual de la Empresa</i>	85
Figura 18 <i>Propuesta Layout Restaurante Don Lucho</i>	86
Figura 19 <i>Carretilla</i>	89
Figura 20 <i>Estiba Hidráulica</i>	90
Figura 21 <i>Carro para Mercados Manual</i>	90

Figura 22 <i>Moto Transporte Restaurante</i>	91
Figura 23 <i>Mapa Conceptual Transporte Management Sistema</i>	92
Figura 24 <i>Cargo que Desempeña en la Empresa</i>	94
Figura 25 <i>Disposición Espacio Almacenamiento</i>	95
Figura 26 <i>Previsión de la demanda en la Empresa</i>	96
Figura 27 <i>En las compras de materia prima se tiene en cuenta los precios, la calidad y la cantidad que se debe comprar</i>	96
Figura 28 <i>Sitio donde se almacenan los productos</i>	97
Figura 29 <i>Controles de inventario adecuado en los tiempos estipulados para poder hacer aprovisionamientos de manera correcta</i>	98
Figura 30 <i>Coordinación de forma adecuada las compras y la logística del restaurante Don Lucho</i>	99
Figura 31 <i>Control de inventario se lleva en la empresa</i>	99
Figura 32 <i>Stock aprovisionamiento frutas y verduras</i>	102
Figura 33 <i>Stock aprovisionamiento cárnicos</i>	102
Figura 34 <i>Stock aprovisionamiento Víveres</i>	103
Figura 35 <i>Stock aprovisionamiento vinos</i>	103
Figura 36 <i>Estrategia para la selección de proveedores</i>	104
Figura 37 <i>Selección y evaluación de proveedores</i>	105
Figura 38 <i>Proceso de Orden de pedido</i>	111
Figura 39 <i>Mapa conceptual relacionado con el DPR</i>	117
Figura 40 <i>Planificación requisitos de distribución en la cadena de suministro</i>	118
Figura 41 <i>Mapa conceptual Mega tendencias en Supply Chain Management y Logística</i>	121

Anexo

Anexo A <i>Instrumento estrategia de gestión de los inventarios para la empresa</i>	130
Anexo B <i>Instrumento de medición restaurante Don Lucho</i>	134
Anexo C <i>Cuadro Sinóptico Elementos Fundamentales del Documento</i>	136

Introducción

El desarrollo del proyecto contempla cada uno de los factores determinantes dentro del Supply Chain Management o también conocido como la administración de la cadena de suministros dentro de las organizaciones, esta es una terminología que mediante el desarrollo del trabajo nos permite identificar a este como la relación que se genera a través de las diferentes unidades de negocio y este de igual manera con

elaciones múltiples dentro de una red de valor con el único objetivo de satisfacer al cliente mediante la eficacia en el desarrollo de cada uno de los procesos que este contempla, al igual que la logística encaminada al desarrollo de las operaciones contempladas en el SCM.

La actividad se lleva a cabo en el Hotel y Restaurante “Don Lucho”, ubicado en el municipio de Aquitania del departamento de Boyacá. Su desarrollo se lleva a cabo de la mano de su propietario Luis Suarez, quien entregó y confió a nosotros la información del mismo, para lograr la entrega fase a fase hasta llegar al consolidado final, presentación de mejoras y aplicación en el mismo.

Su desarrollo contempla cada una de las fases determinantes dentro del SCM y sus procesos encaminados a lograr la efectividad en los mismos y la satisfacción en cada uno de sus procesos, inicialmente su desarrollo contempla la estructura de la red de la cadena de suministro que para el momento desarrolla el restaurante en esta fase se identifica la estructura, sus procesos principales, los miembros y vínculos desarrollados en vigencia dentro del proceso, seguido a este se presenta la identificación de las estructuras y procesos determinados desde la perspectiva de los enfoques GSCF al igual que SCOR los cuales mediante su desarrollo permiten al restaurante tomar decisiones al mismo, crear estrategias en la búsqueda de poder enfrentar los diferentes desafíos que se pueden presentar en el entorno organizacional.

De igual manera mediante el desarrollo y en continuidad a la ejecución del compilado se lleva a cabo un análisis de información en el cual se presenta la posición actual logística de Colombia está frente a otros países suramericanos, su análisis permitió al equipo de trabajo proponer un proceso logístico algo más planificado para el restaurante por lo que la siguiente actividad consta de establecer un modelo de gestión de inventarios efectivo en el que se logre un suministro eficiente que permita al restaurante satisfacer las necesidades de los clientes o demandantes y así evitar la pérdida por excesos como por falta de abastecimiento, menores costos, mayor beneficio y ganancia para la organización, además de esto se realiza la inspección al establecimiento (restaurante) logrando así presentar el layout actual y posibles mejoras que permitan al restaurante ser más efectivo tanto en procesos como en la distribución física de cada uno de los espacios con el que cuenta el mismo esto porque evidentemente va a mejorar el flujo efectivo y ordenado tanto de mercancías como de productos terminados y demás actores dentro del sistema.

Al igual que todo lo anterior y seguido al desarrollo de las actividades presentadas en este compilado se realiza también la identificación de los diferentes modos y medios de transporte con los que actualmente cuenta el restaurante, presentado así nuevas estrategias de aprovisionamiento en coordinación de la compra de materiales, programaciones de operación logísticas además de la planificación de cada uno de los recursos con los que cuenta y en los cuales puede mejorar notoriamente, mediante el uso de nuevas tecnologías o recursos que el entorno actual nos presenta tal cual lo refiere el termino mega tendencias del supply chain, definido este como el reflejo de los cambios que la organización puede implementar para transformar las capacidades con las que cuenta dentro del desarrollo efectivo y eficaz de su cadena de abastecimiento.

Objetivos

Objetivo General

Identificar y aplicar el sistema de Supply Chain Management, en la empresa Restaurante Don Lucho, para el mejoramiento de su proceso productivo y la obtención de una mayor eficiencia en el mismo.

Objetivos Específicos

Identificar estructuras y procesos logísticos en la cadena de suministro empresa; Hotel y Restaurante donde Lucho, mediante el uso de modelos propios de la disciplina

Configurar la red donde se identifican todos los miembros, dimensiones y vínculos de la red Hotel y Restaurante donde Lucho, sus dimensiones y tipos de vínculos.

Identificar los modos, medios de transporte, procesos de aprovisionamiento, de materias primas y distribución de producto terminado utilizados por el restaurante Don Lucho.

Identificar las Estructuras, procesos logísticos y cadenas de suministro el restaurante Don Lucho mediante el uso de modelos propios de la disciplina.

Configuración de la Red para una Empresa _Proceso Según Global Supply Chain Fórum

Empresa seleccionada: Hotel y Restaurante Donde Lucho

Misión

Hotel y Restaurante Donde Lucho, está comprometido con la innovación y la creatividad, superando las expectativas de nuestros clientes con una amplia gama de comida de la región y un excelente hospedaje de calidad aportando al desarrollo económico y turístico del país.

Visión

“A corto plazo esperamos ser una empresa estable, eficiente, segura y comprometida con la sostenibilidad y la comunidad. Se debe llegar a cumplir las expectativas de nuestros huéspedes y clientes, para que se puedan llevar un recuerdo inolvidable de su estadía en nuestro restaurante hotel”.

Valores

Responsabilidad: Es cumplir con eficiencia los deberes y objetivos asignados, que conlleven al mejor desarrollo del trabajador y la empresa.

Calidad: Es la satisfacción total de nuestros clientes internos y externos, a través, de la búsqueda constante de mejoras en nuestros productos y servicios.

Comunicación: Es transmitir la información de manera clara y oportuna, generando el intercambio de ideas, opiniones y sugerencias.

Trabajo en equipo: Es la unión de esfuerzos y conocimientos individuales para alcanzar el logro de los objetivos comunes.

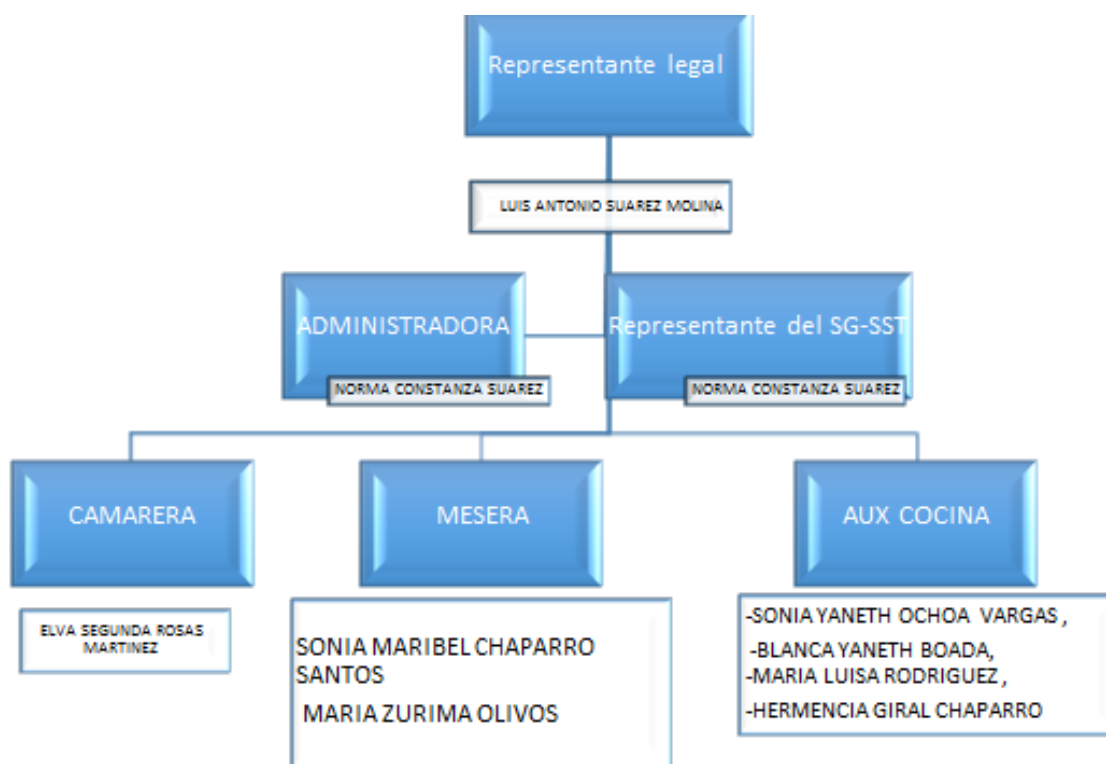
Seguridad: Garantizar un medio ambiente propicio para el desarrollo de las actividades, protegiendo la salud y bienestar de todos.

Honestidad: Creemos y mantenemos un compromiso íntegro, acorde con los principios éticos y morales, en la empresa y fuera de ella.

Solidaridad: Es ayudar a los semejantes en cualquier circunstancia y sin esperar retribución alguna.

Figura 1

Organigrama



Nota. El Organigrama representa como está conformado el Restaurante Donde Lucho, elaboración propia.

Miembros de la Red a la cual pertenece la empresa (Clientes y proveedores).

Proveedores

Proveedores de 1 nivel. El restaurante lucho maneja proveedores de primer nivel como son materia prima principal para la elaboración de nuestro Menús, se utiliza el mercado de plaza,

que proviene de gran Corabastos y los traen a la plazas del pueblo, mercado de grano que provenientes de las grandes empresas que fabrican el producto y lo proveen a bodegas quien los distribuyen a diferentes locales del pueblo que requieran el producto, agua, bebidas endulzantes y bebidas embriagantes que igualmente lo suministran a bodega y vienen de las diferentes empresas como Coca-Cola, Postobón y Bavaria.

Proveedores de proveedores del primer nivel, por lo anterior, uno de los proveedores de primer nivel son mercado de plaza de hortaliza, cebolla, fruta etc., así mismo los proveedores de estos mercados son su mayoría Cora bastos, otro proveedor de primer nivel es supermercado popular, quien provee de granos como: azúcar sal, legumbres, aceite mantequilla etc., y quien provee estas bodegas son grandes distribuidores de Duitama y Sogamoso, por ultimo proveedor de primer lugar de bebidas endulzantes como gaseosas, aguas son bodegas y los proveedores de esta son grandes empresas como Coca Cola, Postobón y Bavaria.

La mayor parte de nuestros proveedores son de medianas y pequeñas empresas, locales y nacionales, que nos proveen de bienes y servicios la mayoría.

Proveedores de segundo nivel. Los proveedores de segundo nivel son autoservicios que nos proveen de vasos desechables, distribuidores de suministro de aseo.

Proveedores de tercer nivel. Aseguradoras que nos venden póliza con coberturas para daños, incendios o robo de cualquier tipo para nuestro local.

Clientes

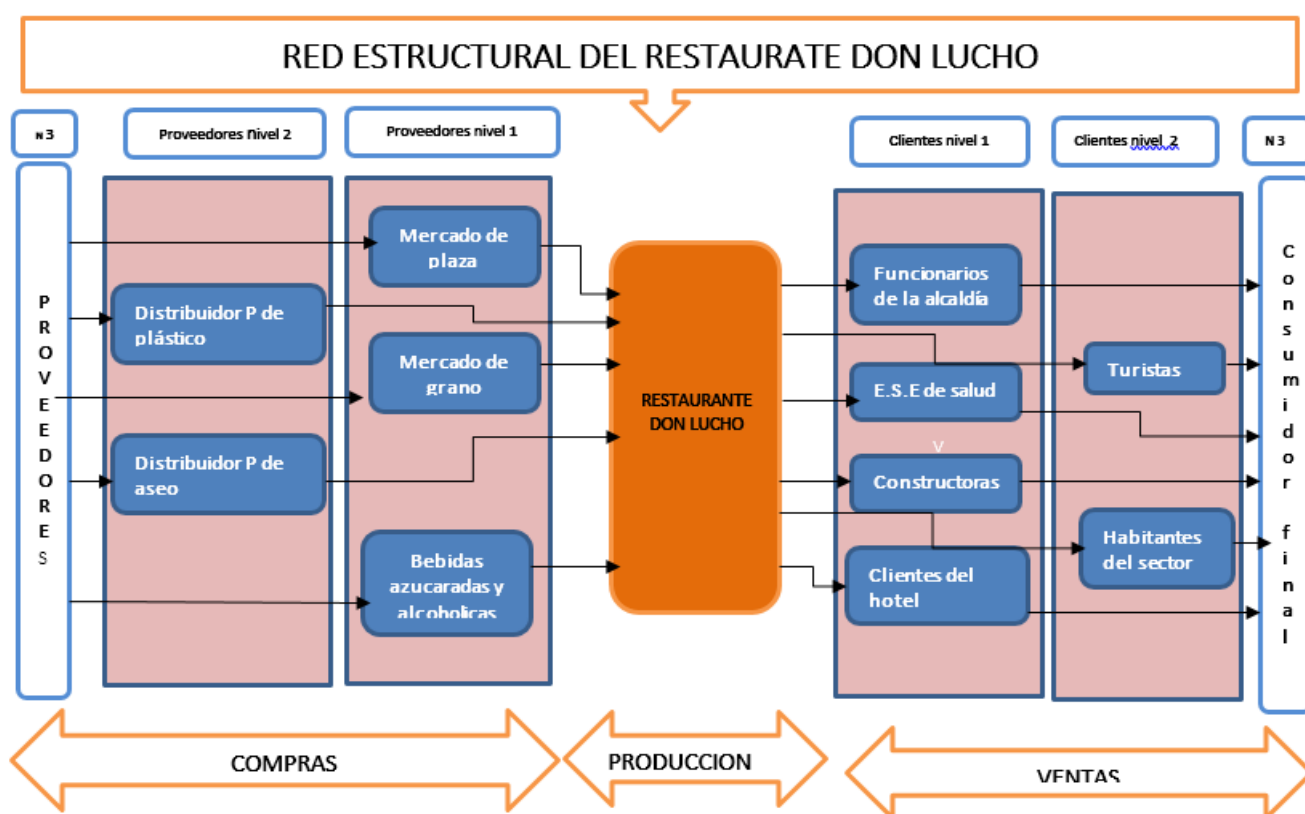
Clientes primer nivel. Son nuestros clientes fijos que visitan la mayoría de las veces nuestro local para consumir el menú del día: como son funcionarios de la alcaldía, clientes del hotel, Ese de Salud

Clientes de segundo nivel. Son nuestros clientes que no vienen seguido Son turistas, habitantes del sector

Clientes de tercer nivel. Son clientes que esporádicamente vienen al restaurante:
Habitantes de veredas

Figura 2

Red Estructural Restaurante Don Lucho



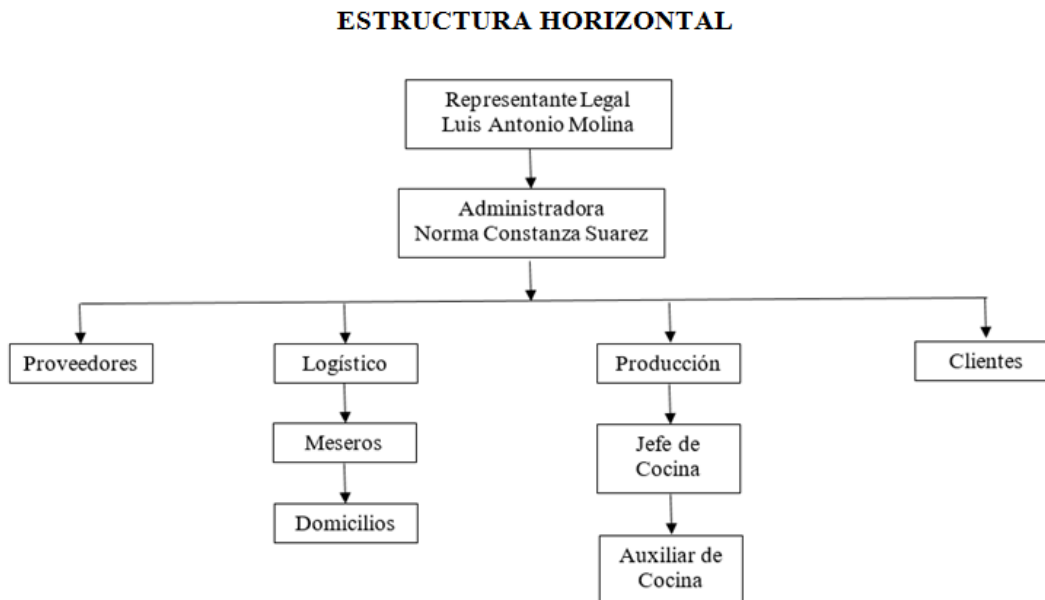
Nota. La imagen muestra la red estructural que tiene la empresa

Dimensiones estructurales de la red de valor

De acuerdo la red estructural realizada para la empresa Restaurante Lucho se identificaron los de la red a la cual pertenecen, tantas aguas arriba de primer, segundo y tercer nivel (Proveedores), como aguas abajo (Clientes), llegando al nivel de los recursos.

Figura 3

Estructura Horizontal de la Empresa Don Lucho



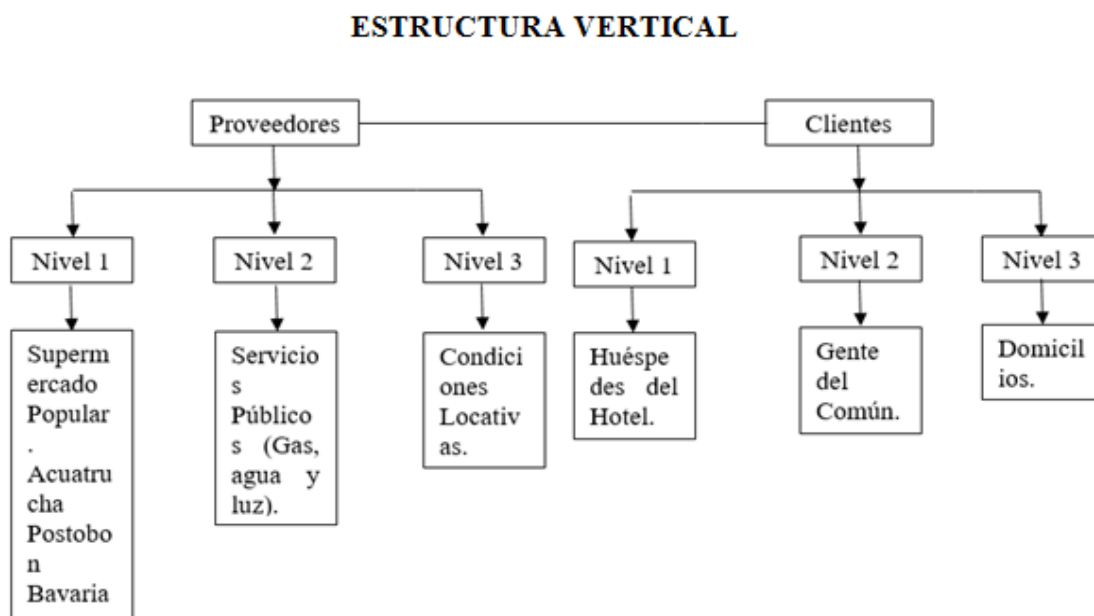
Nota: La imagen muestra la estructura horizontal de la empresa.

En el centro se encuentra la empresa Restaurante Lucho y se observa que:

- A nivel de estructura horizontal se encuentran tres niveles de hacia proveedores y dos niveles hacia clientes, por tanto, horizontalmente es larga hacia proveedores y corta hacia clientes
- La posición Horizontal de la compañía Restaurante Lucho es con tendencia hacia los clientes.
- La estructura de la red horizontal realizada del restaurante Lucho se evidencia una estructura larga, puesto que cuenta con dos niveles logística y producción.

Figura 4

Estructura Vertical de la Empresa Don Lucho



Nota. En la figura se muestra cómo está la estructura vertical de la empresa.

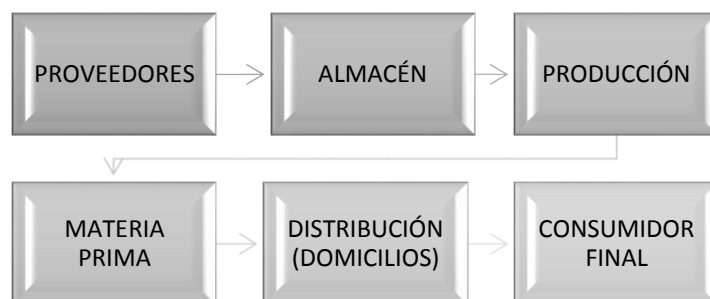
- A nivel de estructura vertical se encuentran la mayoría de los participantes en proveedores y menores en clientes, por tanto, es verticalmente ancha hacia proveedores y verticalmente angosta hacia clientes.
- La estructura de red realizada por el restaurante Lucho se identifica una estructura vertical ancha cuenta con 6 proveedores y en clientes cuenta con 3.

Posición Horizontal de la Compañía.

Puede estar cerca o ser la fuente de aprovisionamiento inicial; estar cerca o ser el último consumidor; o estar ubicado en cualquier lugar entre los puntos extremos del sc.

Figura 5

Posición Horizontal de la Empresa Don Lucho



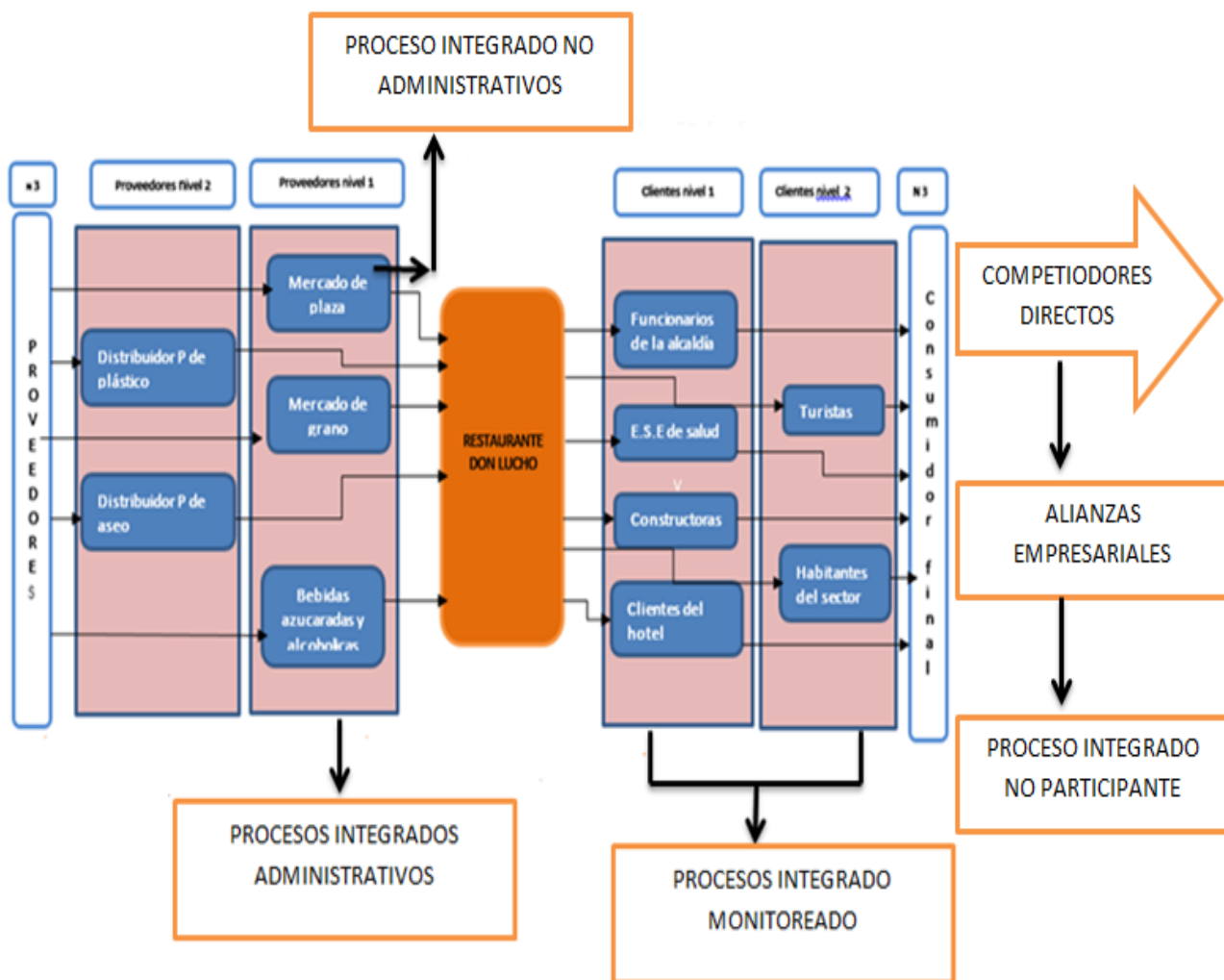
La red estructural de la cadena de suministro en el Restaurante Don Lucho está compuesta horizontalmente por 2 niveles de proveedores y 2 de clientes, la empresa a nivel horizontal se encuentra a dos niveles de la fuente de abastecimiento inicial, y a dos niveles del consumidor final, por lo que la posición Horizontal del Restaurante Don Lucho es con tendencia hacia los clientes, ya que estos son el objetivo de la empresa, puesto que el restaurante funciona en pro de sus clientes. Se puede inferir entonces que la empresa en su primer nivel tanto a clientes como a proveedores cuenta con un número importante, por esto es de vital importancia tener bien coordinadas sus operaciones.

Tipos de vínculos de procesos y señalarlos en el diagrama de la red.

Figura 6

Tipos de Vínculos de Procesos en el diagrama de red

Diagrama de la red



Nota. La Grafica representa los tipos de vínculos del proceso de restaurante don Lucho

Análisis procesos Hotel y Restaurante Donde Lucho

Tabla 1

Análisis procesos Hotel y Restaurante Donde Lucho

Proceso	Aplicado
Administrativo	<p>Compra y abastecimiento de materias primas para el desarrollo eficiente de la operación proveedores / clientes.</p> <p>Salidas ordenes de pedido según lo estipulado, cantidades, calidad y mejores precios. Vinculo afianzado mediante la integración proveedores nivel 1, nivel 2 y sus principales clientes nivel 1.</p>
Monitoreado	<p>Se mantiene una relación clientes / proveedores, pero no es crítica para el desarrollo de la actividad pues se pueden encontrar sustitutos, se mantiene la relación y un nivel óptimo de inventarios, para el caso de los clientes no frecuentes se realiza un seguimiento de los mismos clientes nivel 2.</p>
No Administrativo	<p>No se monitorea el desarrollo de las acciones proveedores nivel 2 de sus proveedores primarios, no se requiere una interacción directa con ella, sin embargo el restaurante puede sustituir de manera eficiente y no interrumpir sus operaciones en caso de presentarse fallas en el cumplimiento de la entrega en la cadena.</p>
No Participante	<p>El restaurante actualmente no cuenta con alianzas estratégicas con otras empresas en el sector esto puede repercutir negativamente en la gestión de la cadena de suministros y abastecimiento y estas pueden influir y afectar directamente el abastecimiento y objeto de la organización.</p>

Nota. La tabla nos muestra el proceso del restaurante Don Lucho

Análisis procesos Hotel y Restaurante Donde Lucho

Procesos integrados administrativos

Este proceso se da cuando la empresa tiene contacto directo y permanente con los proveedores y clientes de primer nivel integrando sus procesos para ser más eficiente. Este caso es la solución que ha brindado la integración de El restaurante Lucho en conjunto con el hotel que ellos mismos manejan, empresas que se complementan en los servicios que brindan manteniéndose en un mismo lugar y atendiendo un gran volumen de personas a diario, especialmente en los fines de semana.

Proceso integrado monitoreado. este proceso se da cuando la empresa tiene un cliente y este directamente se encarga de brindarle el servicio directamente al consumidor, la empresa revisa periódicamente para verificar que todo se esté realizando correctamente. Para este ejemplo podemos observar que, al ser un restaurante, la mayoría de sus clientes son sus comensales por lo que sus servicios se basan en un 90% directo al consumidor.

Proceso integrado no administrativo. este proceso se da cuando un proveedor de nuestra red, falla o deja de suministrar el producto o servicio, pero este se puede sustituir de forma rápida y fácil, y no afectara el funcionamiento de la misma. Un ejemplo de esto ha sido algunos convenios a los que ha llegado el restaurante con pequeños agricultores los cuales pueden proveer de manera ágil y rápida.

Proceso integrado no participante. la empresa debe tener en cuenta la competencia y analizar cómo esta puede afectar la organización implementando estrategias que le permitan ser más competitivos y mejorar sus procesos constantemente. La empresa Restaurante Lucho ha venido en los últimos años buscando a la formación de nuevas alianzas con empresas del mismo

sector comercial, que permitan el fortalecimiento en la prestación de sus servicios y por ende garantizar cada fase de la cadena de suministro a fin de evitar posibles afectaciones a la empresa.

Proceso para una Empresa Según el Enfoque GSCF

Customer Relationship Management / Administración de las Relaciones con el cliente

Teniendo en cuenta el CRM el Restaurante Lucho realiza un seguimiento cliente a cliente para tener así un incremento en el consumo de servicio a la mesa y hospedaje, para que de esta forma se obtenga información de la cantidad del consumo en real de cada comensal y huésped para que de allí se identifique distintas formas de mejora articulando los clientes en sistemas de fidelización y satisfacción frecuente.

El Restaurante Lucho cuenta con la implementación de canales de comunicación tales como líneas telefónicas o celulares, correo electrónico página web, redes sociales y buzón con formatos impresos para atender todas las sugerencias, solicitudes, reclamos y quejas de los clientes para brindar una respuesta rápida y oportuna ante lo solicitado por el cliente. No obstante, los clientes que reciben algún servicio ya sea a la mesa u hospedaje esta entre 16 a 60 años donde allí se tiene información de gustos, necesidades, entre otros.

El establecimiento hace un plan de mejoramiento en pro de la atención al cliente teniendo en cuenta lo siguiente:

Capacitación del personal en las TICS para que se logre una comunicación al mismo nivel con los clientes.

La interlocución entre el personal y cliente sea eficaz buscando una mejor empatía de forma personalizada para que así se evalué las relaciones interpersonales con los mismos.

Hacer uso de las TICS de forma inmediata y eficiencia para dar respuesta las PQRSD interpuestas por los huéspedes y comensales.

Customer Service Management / Administración del servicio al cliente

Teniendo en cuenta el CRM el Restaurante Lucho realiza un seguimiento cliente a cliente para tener así un incremento en el consumo de servicio a la mesa y hospedaje, para que de esta forma se obtenga información de la cantidad del consumo en real de cada comensal y huésped para que de allí se identifique distintas formas de mejora articulando los clientes en sistemas de fidelización y satisfacción frecuente.

El Restaurante Lucho cuenta con la implementación de canales de comunicación tales como líneas telefónicas o celulares, correo electrónico página web, redes sociales y buzón con formatos impresos para atender todas las sugerencias, solicitudes, reclamos y quejas de los clientes para brindar una respuesta rápida y oportuna ante lo solicitado por el cliente. No obstante, los clientes que reciben algún servicio ya sea a la mesa u hospedaje esta entre 16 a 60 años donde allí se tiene información de gustos, necesidades, entre otros.

El establecimiento hace un plan de mejoramiento en pro de la atención al cliente teniendo en cuenta lo siguiente:

Capacitación del personal en las TICS para que se logre una comunicación al mismo nivel con los clientes.

La interlocución entre el personal y cliente sea eficaz buscando una mejor empatía de forma personalizada para que así se evalué las relaciones interpersonales con los mismos.

Hacer uso de las TICS de forma inmediata y eficiencia para dar respuesta las PQRSD interpuestas por los huéspedes y comensales.

Demand Management / Administración de la demanda

En el proceso de administración de demanda el restaurante don Lucho tiene como finalidad gestionar y hacer una prevención en el inventario y suministro de materia prima

semanalmente ya que la fluctuación clientes cambia constantemente, más los fines de semana que es cuando más venta tiene el restaurante.

En el proceso de administración de demanda el restaurante Lucho maneja un histórico de base de datos que incluye los periodos donde se incrementa las ventas y las horas donde más se tiene demanda, de igual forma las fechas especiales de cada mes (día de la mujer, día de la madre, día del padre etc.) por lo anterior el inventario y suministro de materia prima cambia constantemente y más en los alimentos que son perecederos, con la base de datos e historiales de ventas se le incluye la demanda pronosticar, que permite tener más claro la cantidades que se deben tener en el almacén.

De acuerdo a estos datos históricos, me describe con más facilidad los tiempos en que el inventario debe incrementar las materias primas perecederas y no perecederas, de esta manera se equilibra las necesidades y requerimientos de los clientes con la capacidad de inventario y con lo que cuenta el Restaurante; es importante resaltar el plan de contingencia que el restaurante Lucho que tiene en caso de que se presente una situación inesperada, ejemplo un día donde no este pronosticado muchas ventas y llegue masivamente clientes, el restaurante cuenta con reservas de inventario en caso de estas eventualidades. Estas reservas se hacen más que todo con los productos perecederos semanalmente.

Order Fulfillment / Ordenes perfectas

Hotel y Restaurante Donde Lucho, está comprometido con la innovación y la creatividad, superando las expectativas de los clientes a través de una amplia variedad de alimentos preparados; comida exclusiva de la región además de esto ofrece el servicio hospedaje brindando calidad en el servicio y aporte al desarrollo económico y turístico del país. Dentro del desarrollo de ordenes perfectas se incluye el desarrollo de las actividades de acuerdo al servicio que ofrece

Hotel y Restaurante Donde Lucho (variedad de alimentos preparados y hospedaje turistas y de la región) de esta manera se realiza detalladamente cada uno de los requerimientos necesarios para dar cumplimiento tanto a nuestros clientes internos como a nuestros clientes externos a fin de lograr diseñar una red al mínimo costo y eficiente en cada uno de los procesos ejecutados.

Cuando los clientes van a disfrutar de comida fuera de sus hogares, les gusta sentirse bien tratados y atendidos. Por ello Hotel y Restaurante Donde Lucho les brinda esta sensación de atención es algo crucial para que los comensales se lleven una buena imagen y deseen regresar.

Actividad 1: Establecimiento de protocolo / Normas de higiene servicio (Clientes Internos).

- Mostrar una imagen pulcra.
- El servicio no debe beber, comer y por supuesto, fumar o usar el teléfono móvil delante de los comensales.
- El personal tiene que estar siempre de pie y atentos a las necesidades de cada comensal.

Actividad 2. Establecimiento de protocolo entrada y salida de clientes tanto en el restaurante como en el hotel.

- Destinar personal calificado para la atención a visitantes (clientes), este proceso debe llevarse a cabo de manera clara y respetuosa, inicialmente dar un mensaje de bienvenida, tomar sus órdenes o servicios, al momento de tomar el pedido tener en cuenta todas las especificaciones dadas por el cliente y de esta manera poder confirmar lo que el cliente solicita para prestar un servicio de calidad y satisfacción.

Actividad 3: Diseñar un sistema de comanda asegurando de esta manera la eficiencia en la prestación del servicio tanto en el restaurante como en la prestación del servicio en el hotel.

Mediante el desarrollo de esta actividad se permite conocer, preparar y servir el pedido del cliente de forma adecuada, Hotel y restaurante donde lucho no tiene formato único de comanda

por lo que actualmente maneja el formato en papel con varias hojas autocopiadas, de esta manera se evita y controla el margen de error en la recepción de pedidos y lanzamiento de nuevos platos y servicios.

Actividad 4. Diseñar e implementar sistemas digitalizados clientes / proveedor, el desarrollo dentro del proceso requiere de uso de programas especializados que permitan una transmisión de la información más efectiva tanto a recepción, cocina y caja, además de un control sobre inventarios, proveedores, como su conservación para la evaluación y generación de indicadores de evaluación en el desempeño de los servicios ofrecidos y los prestados.

Actividad 5: Establecer un proceso del pedido, eficiencia en el uso de tiempos. El desarrollo de este proceso tiene un recorrido particular dentro del Hotel y restaurante donde lucho una vez que el encargado ha terminado de tomar la orden, debe entregar inmediatamente una copia al responsable de despachar el pedido este a su vez delegara responsabilidades que le corresponden a cada servicio: bebidas, por un lado, la preparación de la comida por otro, postres y el café, que tendrán sus propios encargados.

Manufacturing Flow Management

El método del de este diseño es de gran importancia, ya que sirve para evaluar los procesos de las entradas como lo son las materias primas que ingresan al restaurante Don Lucho.

La administración de la producción que facilitan la planeación y diseño de los procesos de producción del restaurante, e decir procesos de agrupamiento para la efectividad de la aplicación del flujo de trabajo, se reflejan en las estaciones de trabajo; en este caso en las líneas de producción del restaurante.

Recepción de materias primas; cocinas: procesos de preparación, atención al público toma de menús y atención final. Desde la aplicación de la logística interna se basa principalmente en:

Figura 7

Aplicación de la Logística Interna



Nota. La imagen identifica los vínculos de proceso en el restaurante Don Lucho.

Administración de flujo de manufactura: Se incluyen actividades para estipular las necesidades de maquinaria y equipos para la fabricación de los alimentos, además de incluir las BPM Buenas prácticas de manufactura, teniendo en cuenta la manipulación de alimentos.

Algunos procesos estratégicos son:

- Revisar las estrategias de manufactura
- Aprovisionamiento
- Marketing y logística
- Determinar grado de flexibilidad de manufactura requerida,
- Determinar las ventajas push /pull, Identificar restricciones y requerimientos de manufactura, Desarrollar estructura de métricas.

Dentro de los Procesos Operacionales están:

- Determinar ruta y velocidad a través de la manufactura

- Desarrollar plan de manufactura y materiales
- Sincronizar ejecución de capacidad y de demanda
- Medir rendimiento

Supplier Relationship Management / Administración de las relaciones con el proveedor.

Hotel y restaurante donde Lucho provee una estructura en la que establece relación directa con cada uno de sus proveedores creando de esta manera alianzas que permiten calidad en sus productos, tiempos de entregas y precios ajustados con lo que solicita el restaurante.

Para Hotel y restaurante donde Lucho los proveedores son parte fundamental en el ciclo de su cadena de suministro es por eso que optan por manejar una amplia cartera de proveedores dentro de su área de producción exclusivamente, la situación ideal para ellos es trabajar con proveedores a largo plazo, potenciando la confianza y una relación conjunta de futuro es por eso que de acuerdo al insumo proporcionado lo manejan de la siguiente manera.

- Proveedor estratégico: Se mantiene una gestión más cercana, tienen un alto valor, el enfoque aquí es obtener seguridad en el servicio a un buen precio.
- Proveedor táctico: En este caso se trata de proveedores importantes, pero no irremplazables, los planes estratégicos no dependen de ellos ya que pueden ser sustituidos por otras opciones.
- Proveedores transversales: Son proveedores que suministran componentes o productos de carácter general y común. No suponen una amenaza para la marcha del negocio.

A través del desarrollo de la siguiente tabla se presenta la lista de los proveedores más importantes para el restaurante y su clasificación de acuerdo al nivel de importancia y el insumo que proveen.

Tabla 2*Categorización de los Proveedores*

CATEGORIZACION DE PROVEEDORES			
Proveedor	Nivel	Categoría	Insumo
Gran Corabastos	N1	Proveedor estratégico	Fruver
Pasadena	N1	Proveedor estratégico	Grano
Peslac	N1	Proveedor estratégico	Lácteos
El dorado	N1	Proveedor estratégico	Pollo
Arcoíris	N1	Proveedor estratégico	Pescadería
El rodeo	N1	Proveedor estratégico	Cárnicos
Coca-Cola	N2	Proveedor táctico	Productos gaseosos / Refrescos
Postobón	N2	Proveedor táctico	Productos gaseosos / Refrescos
Bavaria	N2	Proveedor táctico	Bebidas alcohólicas / bebidas no alcohólicas
Autoservicios	N3	Proveedor transversal	Empaques desechables porta comidas. Productos de aseo

Nota. Tabla nos muestra la categorización de los proveedores de restaurante don Lucho

Como se evidencia para el restaurante uno de sus pilares más importantes es mantener relaciones directas, estratégicas y duraderas con cada uno de sus proveedores, realiza la caracterización de los mismos como lo evidencia la tabla anteriormente relacionada; proveedor,

nivel, categoría e insumo que provee, además soporta la hoja de vida de cada uno de ellos categorizando de esta manera la necesidad del insumo, su utilización y la importancia del mismo dentro de la cadena de suministros, manteniendo de esta forma un flujo adecuado, permitiéndoles de esta manera crear procesos eficientes de SCM, calidad y satisfacción de cada uno de sus clientes.

Product Development and Comercialización: Desarrollo y Comercialización de Productos.

En la actualidad el Restaurante Don Lucho ha venido fortaleciendo sus relaciones internas y externas a fin de lograr una mejora en sus servicios por lo que mantiene una relación estrecha con sus principales proveedores, así como con sus clientes más fieles, lo cual ha permitido que el restaurante crezca día con día, ha permitido realizar proyecciones de manera periódica y de acuerdo con la época del año, en cuanto a la demanda de sus servicios, ya que al ser una empresa dedicada a la comercialización de alimentos y bebidas, siempre existen temporadas en las cuales hay una mayor demanda de los mismo, por lo que para el Restaurante Don Lucho es de vital importancia, conocer dichas proyecciones, para que de esta manera se puedan planear los pedidos en cuanto a insumos y materias primas, logrando garantizar y asegurar un stock y abastecimiento oportuno de los insumos necesarios para la fabricación y comercialización (preparación de los alimentos). Así por lo mismo, un ejemplo Claro seria a través del abastecimiento de carnes, por lo que el restaurante semanalmente requiere X cantidad de carnes al frigorífico (proveedor N2) para la preparación y comercialización de sus alimentos, pero dicho proveedor debe garantizar que semanalmente esa cantidad de carne esté disponible para el Restaurante Don Lucho, por lo que el frigorífico debe tratar ya sea con ganaderos e intermediarios, para que estos a su vez le garanticen dicha cantidad de carnes a fin de satisfacer dichas demandas, las cuales se establecen en una cadena de abastecimiento, la cual debe estar

cubierta de manera permanente con el fin de que ninguno de los eslabones de dicha cadena se vayan a ver afectados y por ende llegar a generar sobre costos por posibles imprevistos, generando un incremento en el valor pagado por el cliente, por lo que el restaurante Don Lucho trabaja en mantener un stock de seguridad de sus insumos bien definidos y así mismo los administra y gestiona con todos los clientes.

Así mismo de acuerdo con lo anterior el Restaurante Don Lucho gestiona la comercialización de sus productos con sus cliente de manera similar, por lo que se gestionan dos ramas, la primera se realiza exactamente igual a través de las proyecciones realizadas por las demandas fijas con las que cuanto el restaurante, a través de los pedidos y contrataciones con las que cuenta el restaurante mensualmente con empresas o personas naturales, las cuales consumen sus productos de manera permanente o regular; y la segunda se realiza a través de los estadísticos obtenidos el año anterior, en donde de acuerdo a la época del año se establece una posible demanda de productos (comida) por personal flotante u ocasional.

En cuanto al desarrollo de nuevos productos el Restaurante identifica las necesidades de los clientes a través de algunas estrategias como encuestas, buzón de sugerencias etc., lo cual permite tener una base que ayuda en la toma de decisiones frente a los posibles platos a incluir dentro del menú del restaurantes, o frente a diferentes productos que se consumen dentro del mismo, para lo cual después de tener dicha base proyectada se realiza una especie de prueba piloto, donde se ofrecen muestras del posible plato o producto a sus clientes, los cuales se evalúan con una puntuación y de acuerdo a ello, se realizan las posibles mejoras y se mantiene durante unos días dentro del menú, si dicho plato o producto es bien recibido por los clientes, dicho plato o producto se queda dentro del menú y así sucesivamente , de igual manera también se hacen uso de algunas herramientas más específicas donde se toman en cuenta las métricas y

parámetros ya establecidos dentro de los cuales se encuentra el tema de la calidad, la comunicación, equipos y maquinarias en buen estado, y calidad del personal.

Returns Management / Retornos

Para Garantizar que el Restaurante don Lucho no tenga ningún tipo de retornos frente a sus productos y servicios, este ofrece una política de calidad de alto estándar, por lo que teniendo en cuenta que sus productos se encuentran dentro del sector comercial de consumo, y que el restaurante cuenta con una alta variedad de clientes es muy evidente el hecho de que es muy difícil de complacer y satisfacer las necesidades de cada uno de ellos, pero en la medida en que el restaurante ha venido funcionando y ofreciendo sus servicios se ha caracterizado por la manera continua en que ha venido mejorando en pro de ofrecer un mejor servicio y mejores productos (Platos, Comida), por lo que el restaurante centra sus esfuerzos en obtener o comprar materias primas de alta calidad, contratar personal idóneo para cada cargo, especialmente el personal encargado de la preparación de los alimentos, y se cuenta con una persona encargada de vigilar que cada plato o servicio que salga para ser servido este de acuerdo con las especificaciones del cliente (orden), garantizando que el producto no sea rechazado y por ende devuelto.

La gestión del área de calidad del restaurante tiene como fin no permitir que puedan existir fallas, aunque al ser un restaurante y tratarse de productos de consumo, pueden existir acepciones, pero siempre la comida tiene el debido proceso de cocción, en donde se va determinando la calidad de los alimentos a fin de que el plato de comida cumpla con la solicitud del cliente, ya que, si el restaurante tiene un alto volumen de devolución, esto representaría pérdidas económicas para el mismo. De igual forma, también se debe tener en cuenta que no solo en la red hacia los clientes pueden existir retornos, sino que también hacia los proveedores, por lo que el restaurante cuida y se asegura de que las ordenes en cuenta a las materias primas se

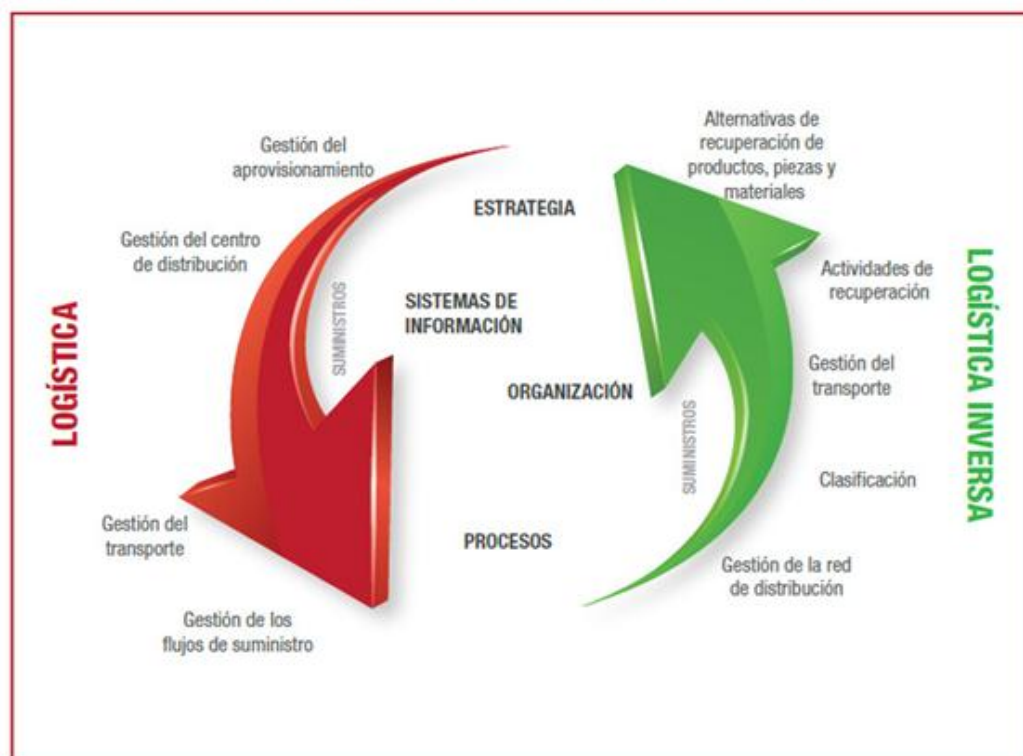
realicen de manera correcta y lo más específicas posibles, a fin de no generar devoluciones que pueden incurrir en gastos adicionales de transporte y en desabastecimiento de materias primas lo que generaría problemas para el cumplimiento de las demandas del restaurante.

En cuanto a los procesos de Logística inversa, al ser un Restaurante no es muy viable realizar este tipo de actividad, puesto que su servicio es directamente a la mesa, pero existen proveedores como Bavaria, Postobón, etc., a los cuales en ocasiones se les realizan algún tipo de devoluciones, pero se hace directamente con los preventistas o camiones repartidores de los pedidos que previamente se realizan.

Figura 8

Logística tradicional y logística Inversa

Integración de la red de logística tradicional y logística inversa



Nota. Logística inversa como fuente de ventaja para las empresas. (Logisfashion, 2020).

Proceso para una Empresa, Según Enfoque de APICSSCOR

Como aplicarían los seis (6)

Apics

Principal organización Profesional sin fines de lucro en el mundo decidía a expandir el conocimiento y la práctica de Supply Chain Management, opciones y logística

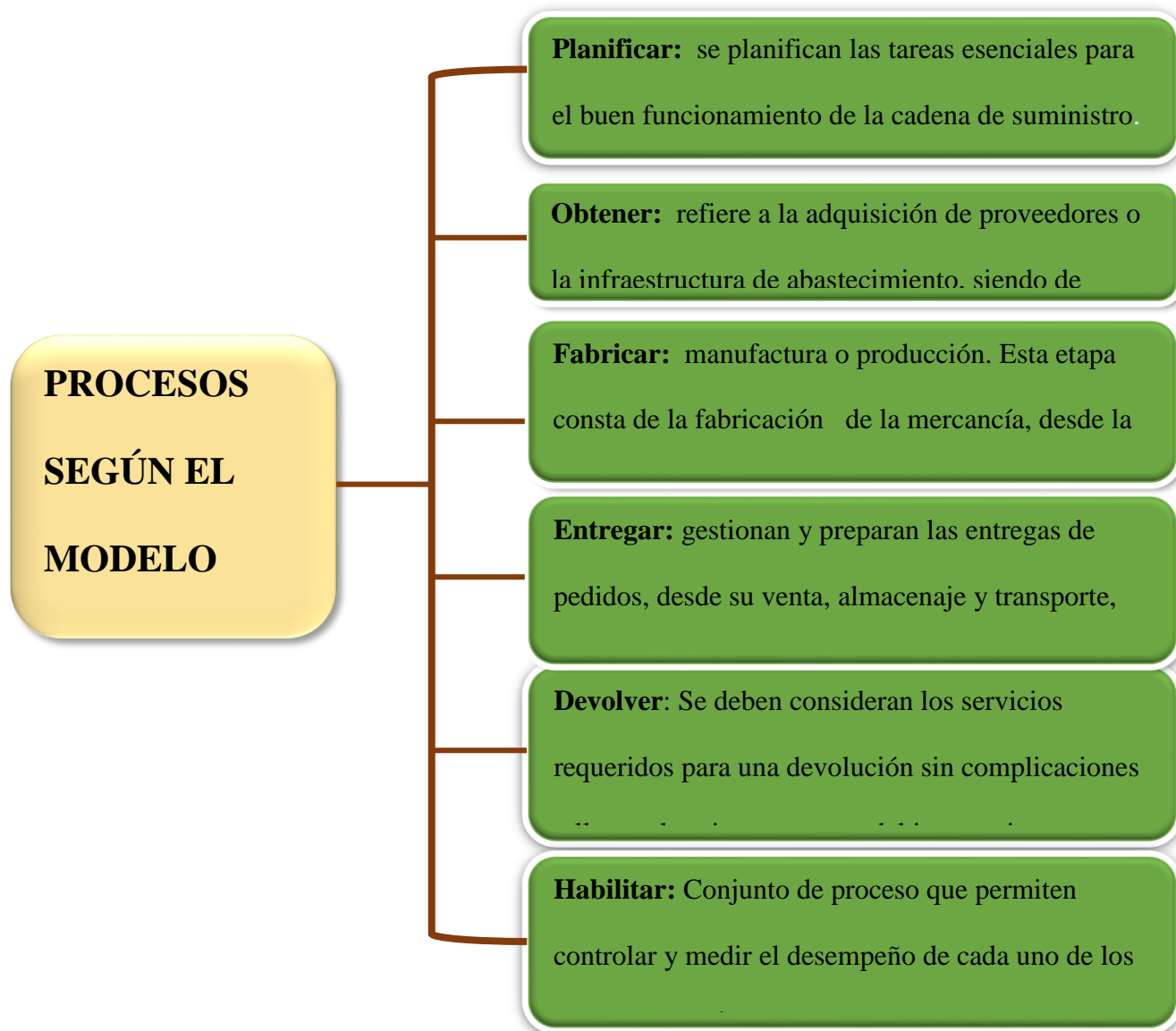
Scor (Supply Chain Operations Referenced). Herramienta para analizar y configurar cadenas de suministro, fue desarrollada como una herramienta diagnóstico estándar iter-industrias para la gestión de cadena de suministro.

Enfoque Apics-Scor. Describe las actividades Comerciales asociadas con todas las fases de la satisfacción de la demanda de un cliente (va más enfoca a la relación con el cliente).

El Modelo Scor Identifica 6 Procesos De Gestión Principales

Figura 9

Modelo Scor



Nota. La imagen presenta los 6 procesos del modelo Scor

Apics – Scor_ Restaurante Don Lucho

Plan

Para la El Restaurante Don Lucho todo el proceso de planeación inicia con la priorización de las necesidades conocidas y previamente proyectadas por las diferentes áreas que involucran la entrada y/o recibo de los pedidos de materias primas, según la carta de servicios que se esté usando, desde ese momento, inicia su proceso de planeación en donde se procede a verificar cuales son los materiales a solicitar y la frecuencia en la que se debe realizar, puesto que al manejar productos perecederos, siempre se debe cuidar que estos no vayan a estar en mal estado para su posterior preparación, por lo tanto debe realizarse pedidos con una frecuencia de 3 veces por semana. Luego este proceso es enlazado a los diferentes estudios que realiza para el pronóstico de la demanda, por lo que el restaurante busca la sinergia en sus procesos para mantenerlos integrados. Por eso, tiene claro cuál es la demanda en base a la demanda histórica que han tenido de acuerdo también a la temporada del año en que se encuentren y a las posibles fechas que se estén llevando a cabo, puesto que en muchas ocasiones el restaurante tiene una demanda mayor debido a algunos eventos para el cual este presta sus servicio, por lo que se debe conocer e los productos que se requieren para la operación, para poner en marcha su funcionamiento y abastecer las necesidades de sus respectivos clientes.

El Restaurante también maneja también diferentes líneas de servicio (cartas), en donde constantemente se cambian cosas dependiendo del pedido, pero la empresa maneja todo esto a la perfección y sus empleados están capacitados para realizar esta operación en el menor tiempo posible, Estas líneas o cartas se manejan constantemente por lo que se intentan abastecer los pedidos con antelación para poder satisfacer la demanda de los clientes.

De acuerdo con el tipo de empresa (Restaurante) también se tienen en cuenta que todos los aparatos como hornos, enfriadores etc., estén en buen funcionamiento, para poder cumplir con el servicio, por lo que se programan jornadas de mantenimiento preventivo constantes y en tiempos muertos donde no hay una gran demanda del servicio.

Por lo tanto, la administración del restaurante pretende hacer parte de la mejora continua a todos sus colaboradores, para a través de estos cada uno de ellos promueva la auto inspección y el reconocimiento de las falencias en los procesos, así identificarlos a tiempo, prevenir pérdidas y maximizar los índices de calidad disminuyendo los márgenes de error a esperar.

Ss- Source- Fuente De Aprovisionamiento

Esta etapa contempla todo lo referente a la adquisición de proveedores e infraestructura de abastecimiento que desarrolla el Hotel y restaurante donde Lucho es aquí donde se gestiona de manera adecuada los inventarios considerando para los mismos la disponibilidad de materia prima e insumos presentes a la hora de las preparaciones de los diferentes alimentos, además de un control estricto de calidad sobre los mismos, los contratos de compra y entrega, entre otros aspectos.

Hotel y restaurante donde Lucho provee una estructura en la que establece relación directa con cada uno de sus proveedores y clientes creando de esta manera alianzas que permiten calidad en sus productos, tiempos de entregas y precios ajustados con lo que solicita el restaurante y sus clientes.

El desarrollo de la etapa contempla tres (3) niveles los cuales son desarrollados dentro del restaurante de la siguiente manera.

- **Source Stocked Product (S1):** En el desarrollo del mismo se establece las relaciones con los proveedores nivel uno (1) nivel (2) para cada uno de los productos e insumos objeto de la

razón social del restaurante, además se contemplan sus principales componentes y servicios mediante la hoja de vida, y control de existencias del mismo.

- Source Make- to-order (S2): Hace referencia al aprovisionamiento y envío del producto requerido a satisfacción por el cliente.
- Source Engineer- to- Order (S3): Aprovisionamiento y envío de pedido de los productos en base al requerimiento del contrato (proveedor) o del pedido generado por los clientes.

Adicionalmente el desarrollo de cada uno de los niveles anteriormente mencionados se subdivide en cada uno de los procesos que se describen en la siguiente tabla y los cuales serán explicados sucesivamente en desarrollo de la actividad.

Source Stocked Product (S1)**Tabla 3***Source Engineer- to- Order (S3)***SOURCE ENGINEER- TO- ORDER (S3)**

Source Socked Product (S1)	Source Make- To-Order (S2)	Source Engineer- To- Order S3)
S1.1: schedule product deliveries / Programación entrega de productos	S2.1: schedule product deliveries / Programar entrega de productos	S3.1: identify sources of supply / Identificar fuentes de suministro
S1.2: receive product / Recibir productos	S2.2: receive product / Recibir productos	S3.2: select final supplier and negotiate / Seleccion de proveedor final y negociar
S1.3: verify product / verificación de productos	S2.3: verify product / verificación de productos	S3.3 schedule product deliveries / Programar entrega de productos
S1.4: transfer product / Productos de transferencia	S2.4: transfer product / Productos de transferencia	S3.4: receive product / Recibir productos
S1.5: authorize supplier payment / Autorización pago a proveedores	S2.5: authorize supplier payment / Autorización pago a proveedores	S3.5: verify product / Verificación de productos
N/A	N/A	S3.7: transfer product / Productos de transferencia
N/A	N/A	S3.8: authorize supplier payment / Autorización pago a proveedores

Nota. Procesos asociados con el pedido de materiales no estándar

Una vez definido cada uno de los componentes de la fuente de aprovisionamiento (Source) y su aplicación dentro del restaurante se iniciara a definir cada uno de los elementos que conforman las de las fuentes presentadas y su aplicación dentro del restaurante.

Source Stocked Product (S1)

S1.1: Schedule product deliveries / Programación entrega de productos, el restaurante realiza el aprovisionamiento de su materia prima así: Fruver (vegetales, frutas) diario de acuerdo a las existencias esto debido a la poca conservación de este tipo de productos, productos lácteos (leche, queso) de dos (2) a tres (3) veces por semana, proteínas una (1) vez por semana de acuerdo a las existencias, bebidas gaseosas producto requerido dos (2) veces por semana de acuerdo a las existencias, bebidas embriagantes producto requerido dos (2) veces por semana de acuerdo a las existencias.

En el caso de los productos de aseo y otros insumos necesarios son estos obtenidos a diario en pequeñas cantidades y de acuerdo con las existencias presentes en el momento de generar la adquisición de los mismos.

S1.2: Receive product / Recibir productos, el restaurante tiene establecido tiempos de entrega y recibida de productos de acuerdo a la orden de pedido presentada, el proceso de recibido del producto se establece de acuerdo al tipo de insumo adquirido, para el caso del Fruver, productos lácteos, proteínas, verificación tiempos de entrega, calidad, fechas de vencimiento, para el caso de las cárnicos o pollo la expedición y entrega del lote de producción de los mismos esto por control de la mercancía y exigencia de la secretaria de salud en cuanto a su conservación dentro del restaurante, además de que las cantidades solicitadas sean las correspondientes en la entrega.

Para el caso de las bebidas su recibido se realiza de acuerdo al tipo de producto, su categorización y las cantidades solicitadas, por lo general este tipo de productos trae fechas de vencimiento por lo menos de seis (6) meses pero su rotación es continua.

S1.3: Verify product / Verificación de productos, luego de recibir el producto el restaurante donde lucho tiene establecido una hoja de vida de cada uno de ellos junto con la verificación de conservación de los mismos (cárnicos, pollo, pescados y lácteos), sin embargo en el caso exclusivo del fruver su calidad y estado físico debe estar intacto (frescos) en su totalidad pues son la imagen y presentación de cada uno de los platos a servir a solicitud de sus clientes.

S1.4: Transfer product / Productos de transferencia, revisión de cada uno de los suministros, fechas de vencimiento, empaques y conservación, este proceso se realiza teniendo en cuenta la normatividad de calidad exigida por el restaurante y aplicada a los proveedores de suministro.

S1.5: Authorize supplier payment / Autorización pago a proveedores, el restaurante establece fechas (acuerdos de pago) los cuales son cumplidos en su totalidad y según fechas establecidas. Los pagos de contado están establecidos para proveedores de suministro en su mayoría cárnicos y Fruver, en el caso de las bebidas gaseosas y embriagantes el plazo máximo de pago se genera de una entrega a otra.

Source Make- To-Order (S2)

Make to stock (M1): se desarrolla en base a los despachos que se originan desde el stock del restaurante y son completamente previos al pedido que realiza el cliente.

Make to order (M2): Este proceso se da en el momento en el que el cliente realiza la solicitud de su pedido y el producto (plato preparado) es manufacturado o procesado en respuesta a la

solicitud realizada por el cliente en el restaurante, este incluye productos estándar contruidos solo en respuesta a la orden de la solicitud que presenta el cliente.

S2.1: Schedule product deliveries / Programar entrega de productos, dentro del restaurante se tiene establecido los cargos y funciones a realizar además de una carta de alimentos preparados la cual es de uso exclusivo de los comensales para el caso del proceso en mención lo que el restaurante gestiona o comanda es el pedido a cocina donde el plato va a ser manufacturado (procesado) en respuesta a la solicitud del cliente.

S2.2: Receive product / Recibir productos, que el plato preparado cumpla con lo comandado por el cliente, una vez verificado se procede a la entrega del mismo a cada uno de los comensales

S2.3: Verify product / Verificación de producto: Verificación del cumplimiento de la solicitud presentada por el cliente junto con lo presentado en la carta de menús del restaurante. Controlar y lograr que la totalidad de productos y materias primas estén a disposición de la solicitud presentada en caso de lo contrario restauración en el instante y lugar solicitado.

S2.4: Transfer product / Productos de transferencia, revisión de cada uno de los suministros, fechas de vencimiento, empaques y conservación, este proceso se realiza teniendo en cuenta la normatividad de calidad exigida por el restaurante y aplicada a los proveedores de suministro.

S2.5: Authorize supplier payment / Autorización pago a proveedores, el restaurante establece fechas (acuerdos de pago) los cuales son cumplidos en su totalidad y según fechas establecidas. Los pagos de contado están establecidos para proveedores de suministro en su mayoría cárnicos y Fruver, en el caso de las bebidas gaseosas y embriagantes el plazo máximo de pago se genera de una entrega a otra.

Source Engineer- To- Order (S3)

Engineer to order (S3): Este proceso de producción de varios alimentos y cada una de las partes que compone el plato preparado deben conservar su identidad a través del proceso de transformación, este proceso incluye productos a medida que son diseñados y son manufacturados en respuesta a una orden específica del cliente, Contempla de igual manera los subprocesos mencionados anteriormente.

S3.1: Identify sources of supply / Identificar fuentes de suministro, de acuerdo con el tipo de producto, tiempos de entrega y la calidad de los mismos el restaurante debe seleccionar adecuadamente tanto a los proveedores del género como a los colaboradores de cada uno de los procesos de compras establecidos, de esta manera se obtienen materias primas precisas, que disponga de la calidad y el precio apropiado.

S3.2: Select final supplier and negotiate / Selección de proveedor final y negociar: La selección del proveedor dentro del restaurante se realiza de la siguiente manera; en primera instancia la capacidad que tienen los proveedores para suministrar los insumos, la disponibilidad y tiempos de entrega, que cumpla con la normatividad y permisos sanitarios establecidos, calidad y precio, la negociación realizada dentro del proceso será evaluada de acuerdo al costo beneficio ofrecido, menores costos y cumplimiento de cada uno de los requisitos.

S3.3: Verify product / Verificación de productos, verificación del cumplimiento de la solicitud presentada por el cliente, controlar y lograr que la totalidad de productos y materias primas estén a disposición de la solicitud presentada en caso de lo contrario restauración en el instante y lugar solicitado.

S3.4: Transfer product / Productos de transferencia, revisión de cada uno de los suministros, fechas de vencimiento, empaques y conservación, este proceso se realiza teniendo en cuenta la normatividad de calidad exigida por el restaurante y aplicada a los proveedores de suministro.

S3.5: Verify product / Verificación de productos, es un proceso el cual el restaurante ya tiene planificado, formalizado y registrado dentro del diagnóstico interno de la organización, el proceso consiste en asegurar que el producto cumpla con los requisitos solicitados por el cliente antes de ser entregado.

Fabricación

Aspectos Claves Dentro De La Preparación

Antes de empezar a trabajar, tenga siempre en mente cuatro aspectos claves dentro de la preparación:

Limpieza: lave siempre sus manos antes de tocar los alimentos y asegúrese de que todos los utensilios, equipos y superficies que van a contactar el alimento estén en perfecto estado de limpieza

Separación: La debida separación de las materias primas para evitar su contaminación cruzada, deberá tenerse en cuenta en todo momento.

Condiciones Para El Almacenamiento De Las Materias Primas

Cada establecimiento tiene una amplia variedad de productos que necesitan almacenamiento y algunas reglas generales pueden ser aplicadas para diferentes situaciones.

Primero lo primero: La correcta rotación de las materias primas consiste en aplicar el principio de “Lo Primero que Entra, es lo Primero que Sale”, lo cual se puede hacer, registrando en cada producto, la fecha en que fue recibido o preparado. El manipulador almacenará entonces

los productos con la fecha de vencimiento más próxima, delante o arriba de aquellos productos con fecha de vencimiento más lejana.

Esto permite no solo hacer una buena rotación de los productos, sino descartar productos con fecha vencida.

- Fuera de peligro: Los productos una vez inspeccionados, deben ser cuanto antes colocados fuera de la zona de peligro, es decir fuera de las temperaturas entre 5 y 60 grados centígrados, dependiendo de la naturaleza del alimento.
- Chequeo de temperaturas: Como medida más eficaz de asegurar que los alimentos están fuera de la zona de peligro, la temperatura de los alimentos tiene que ser chequeada por lo menos al inicio de cada turno y después cada cuatro horas.
- Etiquetado de los alimentos: Siempre se hará para los alimentos potencialmente peligrosos y aquellos listos para el consumo. Se incluirá la fecha máxima en que debe ser vendido, consumido o descartado.
- Áreas de almacenaje limpias y secas: Los pisos, paredes, congeladores, heladeras y en general todas las áreas deberán ser limpiados y desinfectados a intervalos de tiempo para prevenir la contaminación de los alimentos.
- Almacenar solo alimentos: En las áreas destinadas a este fin, solamente deben almacenarse alimentos y nunca se deberán almacenar productos químicos o de limpieza. Del mismo modo, nunca se almacenarán alimentos en los baños, vestuarios, bajo las escaleras u otras áreas donde puedan resultar contaminados.

Tipos De Almacenamiento

Cualquier establecimiento que prepara alimentos, debería tener por lo menos dos tipos de área de almacenamiento: una para guardar alimentos y otra para sustancias químicas u otras no utilizadas en los procesos.

Las áreas de almacenamiento incluyen las facilidades para conservar en frío (congeladores, heladeras), así como sectores secos para almacenar materias primas que pueden mantenerse sin refrigeración.

Cada una de las áreas tiene un propósito definido y el manipulador tiene que considerar que el diseño y manejo del espacio para almacenamiento debe ser una prioridad, por cuanto si éste es usado de forma indebida, se convierte en un problema en el establecimiento. Así, por ejemplo, si un refrigerador es sobrecargado, posiblemente no alcance nunca la temperatura necesaria para conservar los alimentos.

Al almacenar los alimentos se mantendrán retirados de las áreas de lavado de utensilios y de almacenamiento de residuos.

En general, un establecimiento debería tener las siguientes áreas para almacenamiento:

Almacenamiento Refrigerado. Se utiliza para mantener allí alimentos de alto riesgo, los cuales deben estar a temperatura por debajo de los 5 grados centígrados, como la mejor medida para evitar la multiplicación de las bacterias. La temperatura ideal dependerá no obstante del tipo de alimento, así, por ejemplo, las frutas y vegetales se congelarían si se almacenan a las temperaturas que son ideales para mantener el pescado. Esta es la razón por la cual, es recomendable tener refrigeradoras separadas para los diferentes tipos de productos para poder mantenerlos en la temperatura óptima. En caso de no ser posible esto, tratar de almacenar la

carne, el pollo, el pescado y los productos de la leche en la parte más fría del equipo, retirados de la puerta.

Si bien hay diferencias entre los varios equipos usados para refrigeración, hay claves generales que deben ser aplicadas, cualquiera sea el equipo que se use.

Mantener Buena Circulación De Aire. La temperatura del aire que circula dentro de la heladera, tiene mucha importancia para mantener los alimentos por debajo de 5 grados centígrados. Por eso la temperatura del aire debe ser de unos 4 grados, lo cual ha de ser comprobado al menos una vez durante cada turno de trabajo, mediante el uso de un termómetro colocado en la parte más “caliente” del equipo.

Evitar almacenar alimentos calientes

El colocar alimentos calientes en el refrigerador, puede dar lugar a que el interior del equipo se caliente al punto que los demás alimentos entren en la zona de temperatura de peligro, lo mismo puede suceder si el equipo es sobrecargado, ya que se impide la circulación del aire frío y el contacto de este con los alimentos en refrigeración.

Proteger de los alimentos. Mantener los alimentos cubiertos es una de las mejores maneras de evitar la contaminación cruzada, por eso siempre estos deben cubrirse con papel aluminio o plástico. Se deben utilizar recipientes poco profundos para que los alimentos se enfríen más rápido. El utilizar recipientes grandes, hace que éstos parezcan fríos en el exterior, pero los alimentos en el centro tardan mucho tiempo en bajar su temperatura por debajo de 5 grados y permanecen largo tiempo en la zona de temperatura de peligro, con lo cual se facilita la multiplicación de las bacterias.

La protección de los alimentos para evitar este tipo de contaminaciones, también se aplica cuando no se tienen equipos separados para alimentos crudos y alimentos cocidos. En este caso

se aconseja colocar la carne cruda, el pollo o el pescado separados de los alimentos cocinados o listos para consumir o si no, debajo de éstos para evitar goteos de los alimentos crudos sobre los ya preparados.

El orden en que se deben colocar es el siguiente, de arriba hacia abajo: alimentos listos para consumir, pescado entero, cortes enteros de carne o cerdo, carne o pescado molidos, pollo entero y/o molido, orden que está basado en evitar contaminaciones por goteo.

Chequear las temperaturas. La vigilancia de la temperatura de los alimentos debe realizarse a intervalos de tiempo, como acción clave durante el almacenamiento, para lo cual se tomará al azar la temperatura de los alimentos almacenados en el equipo. No olvide también que la temperatura del equipo debe ser chequeada con frecuencia y que conviene anotar las lecturas obtenidas.

Almacenamiento Congelado

Área en la cual se mantienen los alimentos congelados a una temperatura de menos 18 grados centígrados, condiciones que, si bien no matan todos los microorganismos, sí reducen su crecimiento.

El área de producción del Restaurante Lucho consiste en varios procesos de un orden específico hasta el uso de herramientas adecuadas y en actividades tales como:

Atención al cliente

Toma de pedido

Preparación y cocción

Entrega de Pedido

Facturación

A continuación

numeración de orden de llegada y de la entrega, con el sistema de numeración se establece un circuito de orden en las entregas de los menús,

Entrega Norma. Son aquellos platos donde su menú es normal y ya está prácticamente preparados, estas entregas son de manera más ágil, de igual forma se maneja un orden consecutivo por cliente que va llegando.

Entrega especial. Son aquellos platos especiales, este tipo de platos tiene adiciones especiales de comida. Este tiene un tiempo de demora más prolongado y por tal motivo se maneja un diferente sistema de numeración de llegada en la recepción, pues su tiempo de entrega es más demorado, de igual forma se le explica al cliente que su pedido se demora un poco más en la entrega, la logística de distribución es más amplia, se maneja más empleados, en las áreas de producción de distribución y en la de domicilios.

Entrega por domicilio. En el restaurante se manejan domicilios más que todo en la hora del almuerzo no se cuenta con algún transporte en especial ya que el municipio es pequeño y la distribución de pedidos es local, se suele enviar a un empleado a pie y que este haga la entrega; las entregas de domicilios son un poco más demoras ya que se le da prioridad al cliente que llega al restaurante, Las entregas y distribución se hacen con todos los protocolos de limpieza estipulados tanto en el área de producción, en los empleados, en el área de entrega (mesas) y en el envío de domicilios.

Devoluciones. En el Restaurante Don Lucho, raramente se aplica la devolución es una etapa importante para contemplar, tanto las devoluciones realizadas al proveedor (Bavaria, Postobón, entre otros), como las recibidas por parte de clientes. Aquí se deben considerar los servicios requeridos para una devolución sin complicaciones y llevar el registro correcto del inventario.

Se prestan servicios al cliente y a los proveedores en relación con cualquier tipo de devolución y retirada de mercancías.

Las devoluciones, se convierten en una variable que puede afectar significativamente la sustentabilidad del Restaurante Don Lucho, sin mencionar el impacto que sugiere en la experiencia de compra de los clientes.

Costos de devoluciones:

Aceptar, registrar y ubicar en el Restaurante Don Lucho el producto retornado genera los denominados costos de devolución, atribuibles a:

- La recepción de la mercancía, incluyendo la comprobación de su estado.
- La coordinación de los departamentos implicados en caso de que exista una reclamación que gestionar.
- La asignación de un espacio en el Restaurante Don Lucho para el producto retornado.

Enable

En el restaurante Don Lucho, se habilita la administración de cambios para un producto existente, por esta razón se pueden crear versiones de ese producto y servicio, además de y rastrear y realizar seguimiento a los cambios que se le realizan, mediante el uso de órdenes de cambio. Para habilitar la gestión de cambios, debe convertir los productos y servicios relevantes. Estos cambios también se denominan productos de ingeniería además de la diversidad e implementación de la innovación, son productos que se versionan y gestionan mediante la gestión de cambios. Se proporciona un asistente para guiarlo a través del proceso de conversión.

Se habilitan los procesos del restaurante Don Lucho por medio de la ejecución; gestión de calidad y las conformidades, gestión de calidad y las disconformidades, procesar la configuración de administración de la calidad de los productos o servicios, así como la gestión

del proceso logístico entradas y salidas, procesar la configuración de la administración de calidad, además de procesar la configuración de administración de disconformidades.

Además de tener en cuenta la información general de la administración de calidad, con el fin de habilitar la gestión de las no conformidades y administración de la calidad para procesos logísticos de almacenamiento y distribución dentro del restaurante; No obstante se gestiona mensualmente los procesos relacionados con documentación legal, las políticas que se deben tener en el establecimiento, se actualizan datos de clientes frecuentes y no frecuentes, de igual forma está pendiente de que los empleados estén protegidos contra toda eventualidad de riesgos.

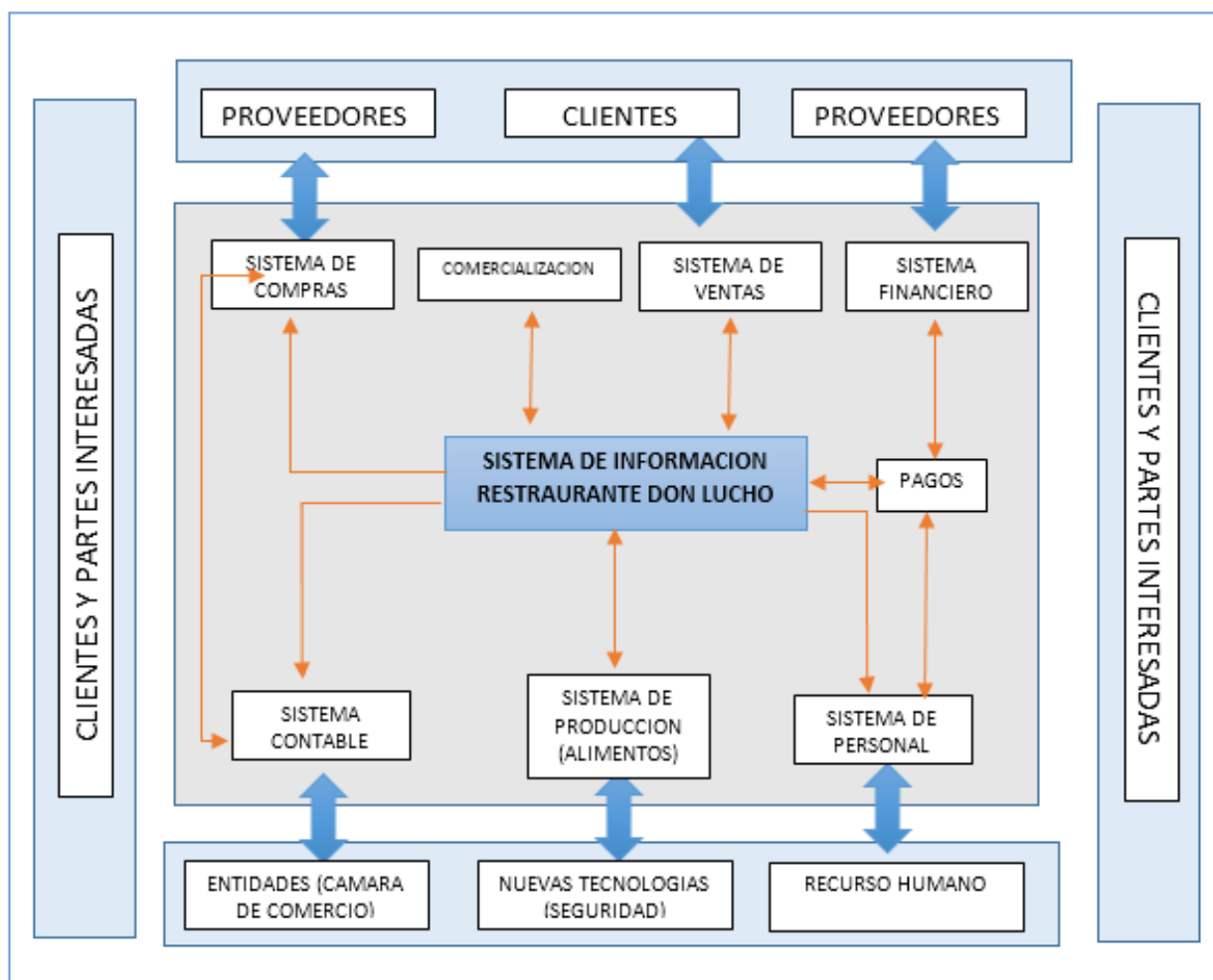
En los platos que ellos realizan se gestiona que cumplan con la seguridad y normativas para que el cliente consuma un producto de buena calidad, de igual forma que cumpla las normas sanitarias en el área de trabajo y con empleados (cocineros, meseros, recepción etc.)

Posición de Colombia en términos de logística Según el Banco Mundial

Diagrama De Información

Figura 11

Diagrama flujo de información Empresa Restaurante Don Lucho



Nota. el Diagrama de flujo de información nos muestra el sistema maneja actualmente el restaurante Don Lucho.

- Se da inicio con la manipulación de los ingredientes.
- se inspecciona dado el caso que no se cumpla se solicita la garantía y respectiva devolución al proveedor.
- Si los insumos cumplen con requerimientos de calidad se almacenan en el stand

establecido.

- Se inicia con la verificación de la orden de pedido por el comensal la cual fue recepcionada por la mesera.
- Se da paso al MISE EN PLACE “organizar y ordenar los ingredientes”.
- Coccionar los ingredientes teniendo en cuenta la orden de servicio suministrada por la mesera.
- Paso de abrebocas estilo Restaurante Lucho
- El jefe inmediato verifica que el producto solicitado por el cliente cumpla con el proceso de calidad, gusto, emplatado.
- Paso de la preparación solicitada por el comensal
- Paso de postre según elección por parte del cliente.
- El cliente solicita información del valor a pagar por el servicio y orden de preparación que el Restaurante Lucho ofrece sus variedades en carta.
- El sale cliente satisfecho.

Diagrama flujo de producto

Figura 12

Diagrama Flujo de Información

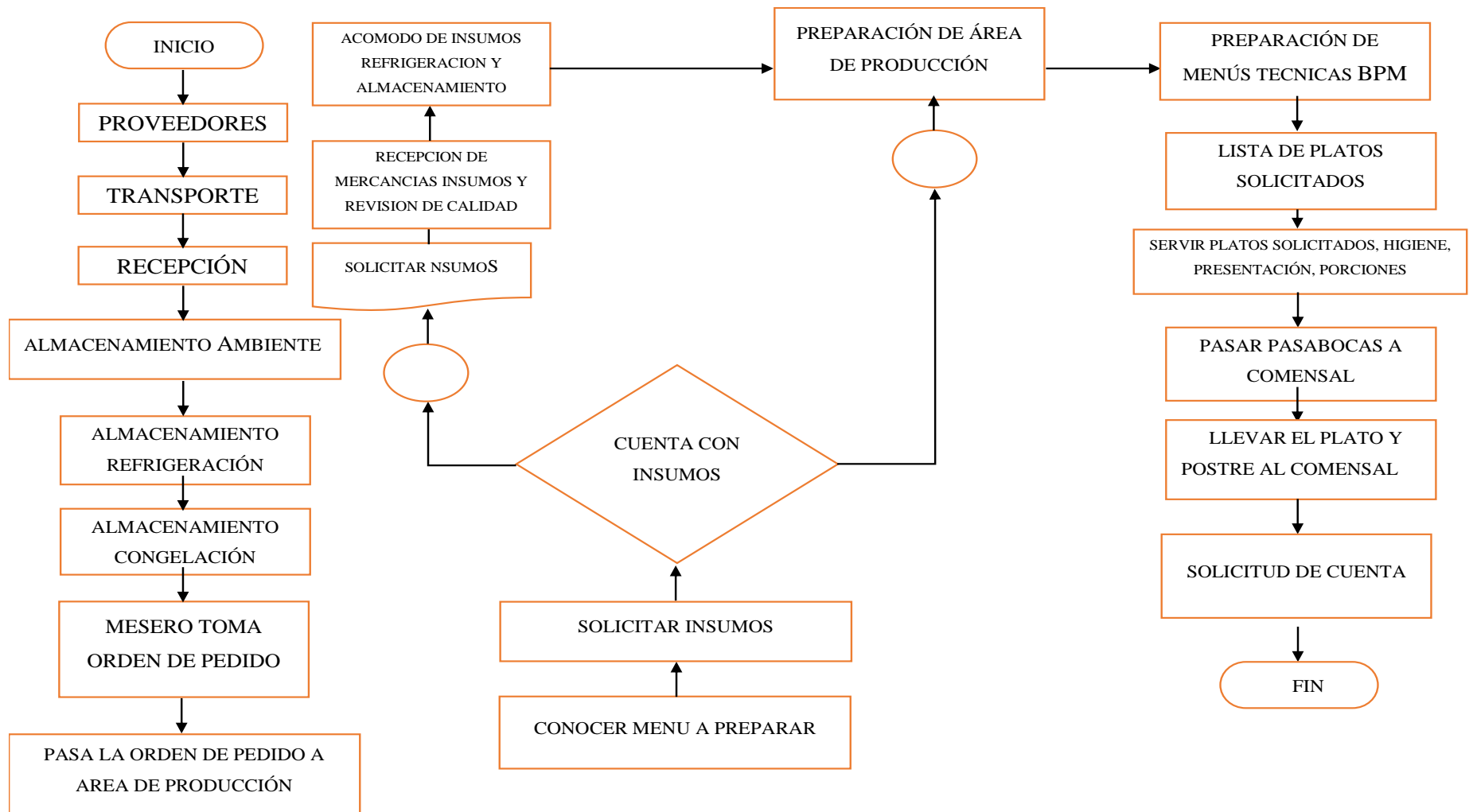


Diagrama Flujo De Dinero

Se hará una descripción detallada y secuencial de los pasos que constituyen el proceso, tarea o trabajo a realizar. Para este efecto se podrá realizar la descripción en forma de flujograma de manera anexa al procedimiento de flujo de dinero.

Definición de las convenciones



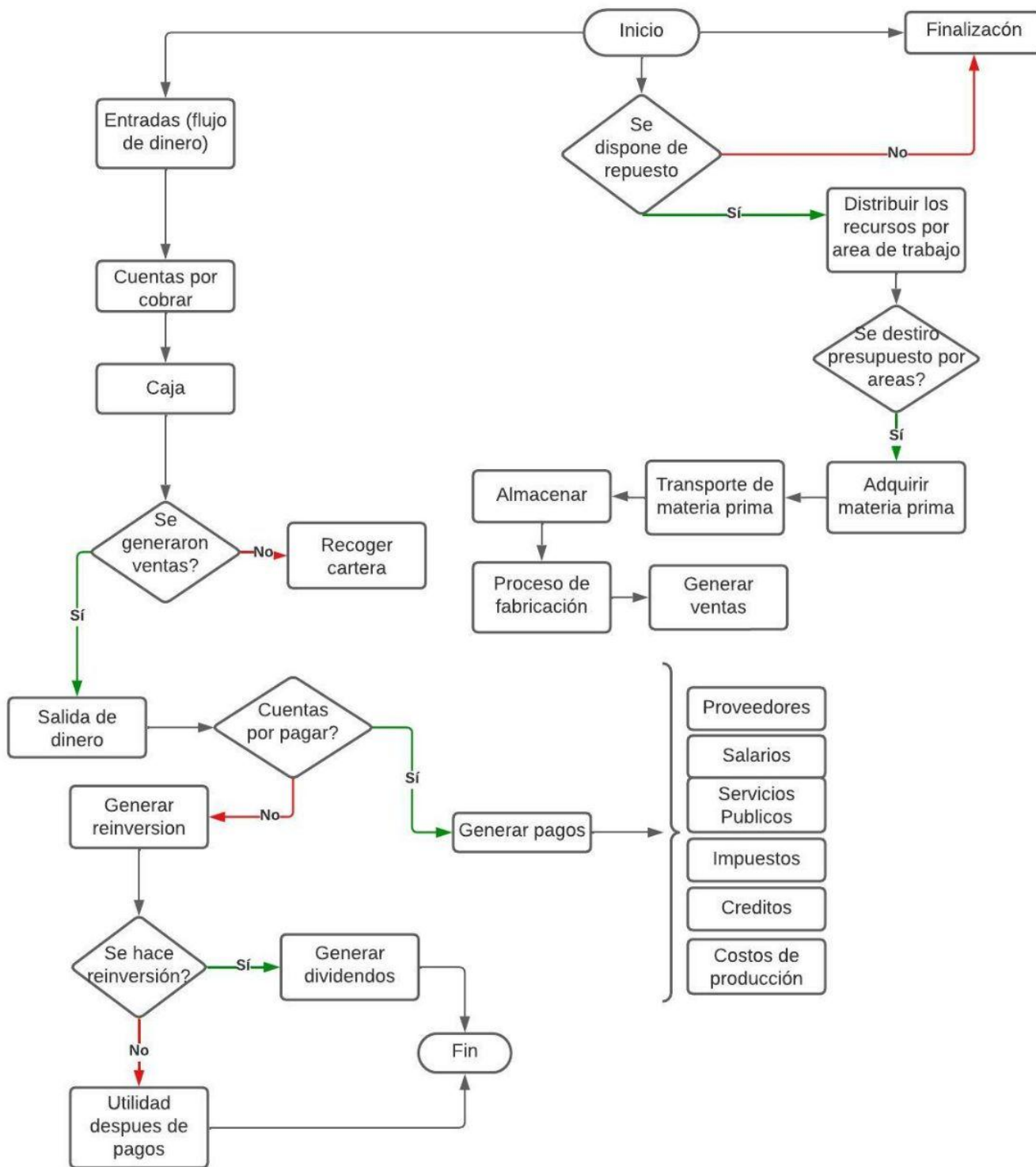
En el diagrama de flujo de dinero del Restaurante Donde Lucho se presenta un esquema gráfico el cual ofrece información de las variables de cada una de las operaciones relacionadas con la actividad objeto de estudio, preparación y venta de alimentos y servicios, además del proceso de compra, inversión, pagos y demás en desarrollo de la actividad principal del restaurante; Los ingresos percibidos por el restaurante son el resultado de la gestión realizada dentro de la cadena de suministro, este proceso comprende la gestión de la materia prima, su procesamiento y entrega a satisfacción del cliente final o consumidor. Por otro lado, la gestión del flujo de efectivo (dinero) entre clientes y proveedores y la generación de pagos la cual hace posible el proceso e intercambio de productos y servicios transformados.

El dinero percibido por el Restaurante Donde Lucho proviene de las ventas realizadas (servicio de restaurante) y prestación de servicios por tal motivo el restaurante presenta variedad de platos, bebidas y servicios de esta manera satisface las necesidades de sus clientes y aumenta el flujo de dinero dentro del mismo. En el caso de las salidas (pagos) generados dentro del restaurante estos son generados por concepto de pago de proveedores, salarios, servicios

públicos, pago de impuestos, créditos y los costos de producción en contextos del proceso de transformación que se lleva a cabo en cada uno de los platos y servicios ofrecidos.

Figura 13

Diagrama Flujo de Dinero



Cuadro Comparativo de Acuerdo con LPI del Banco Mundial

Figura 14

Cuadro Comparativo Colombia vs América Latina, América latina, de Centroamérica

Norteamérica, Europa, Asia y África

Country	score	boun d	upper bound	rank	boun d	boun d	score	rank	score	rank	score	rank	score	rank	score	rank	score	rank
2018																		
Canada	3,73	3,56	3,89	20	14	27	3,60	18	3,75	21	3,38	30	3,90	14	3,81	21	3,96	22
China	3,61	3,55	3,66	26	23	27	3,29	31	3,75	20	3,54	18	3,59	27	3,65	27	3,84	27
Poland	3,54	3,35	3,73	28	20	33	3,25	33	3,21	35	3,68	12	3,58	29	3,51	31	3,95	23
Chile	3,32	3,21	3,43	34	31	41	3,27	32	3,21	34	3,27	38	3,13	43	3,20	44	3,80	31
Panama	3,28	3,12	3,43	38	31	47	2,87	45	3,13	42	3,31	34	3,33	35	3,40	36	3,60	46
Colombia	2,94	2,77	3,11	58	49	74	2,61	75	2,67	72	3,19	46	2,87	56	3,08	53	3,17	81
Kenya	2,81	2,62	3,01	68	55	91	2,65	67	2,55	79	2,62	99	2,81	64	3,07	56	3,18	79
2016																		
Canada	3,93	3,83	4,03	14	10	16	3,95	6	4,14	9	3,56	29	3,90	15	4,10	9	4,01	25
China	3,66	3,61	3,71	27	25	29	3,32	31	3,75	23	3,70	12	3,62	27	3,68	28	3,90	31
Poland	3,43	3,30	3,56	33	31	44	3,27	33	3,17	45	3,44	33	3,39	31	3,46	37	3,80	37
Chile	3,25	3,00	3,50	46	31	58	3,19	35	2,77	63	3,30	43	2,97	56	3,50	34	3,71	44
Panama	3,34	3,07	3,61	40	30	56	3,13	42	3,28	38	3,65	16	3,18	45	2,95	63	3,74	41
Kenya	3,33	3,21	3,45	42	31	48	3,17	39	3,21	42	3,24	46	3,24	40	3,42	38	3,70	46
Colombia	2,61	2,43	2,79	94	74	113	2,21	129	2,43	95	2,55	103	2,67	81	2,55	96	3,23	78
2014																		
Canada	3,86	3,77	3,95	12	9	17	3,61	20	4,05	10	3,46	23	3,94	10	3,97	8	4,18	11
China	3,53	3,48	3,59	28	26	32	3,21	38	3,67	23	3,50	22	3,46	35	3,50	29	3,87	36
Poland	3,49	3,35	3,64	31	24	38	3,26	32	3,08	46	3,46	24	3,47	33	3,54	27	4,13	15
Chile	3,26	3,12	3,39	42	38	50	3,17	39	3,17	41	3,12	53	3,19	44	3,30	40	3,59	44
Panama	3,19	3,00	3,38	45	38	57	3,15	40	3,00	52	3,18	47	2,87	68	3,34	37	3,63	42
Kenya	2,81	2,48	3,14	74	50	120	1,96	151	2,40	102	3,15	50	2,65	90	3,03	60	3,58	45
Colombia	2,64	2,45	2,83	97	72	125	2,59	79	2,44	98	2,72	95	2,64	91	2,55	108	2,87	111
2012																		
Canada	3,85	3,76	3,94	14	8	17	3,58	17	3,99	12	3,55	18	3,85	13	3,86	14	4,31	3
China	3,52	3,46	3,58	26	25	29	3,25	30	3,61	26	3,46	23	3,47	28	3,52	31	3,80	30
Poland	3,43	3,27	3,59	30	25	34	3,30	28	3,10	42	3,47	22	3,30	32	3,32	37	4,04	19
Chile	3,17	2,99	3,36	39	33	55	3,11	35	3,18	37	3,06	44	3,00	46	3,22	41	3,47	54
Colombia	2,87	2,66	3,08	64	46	87	2,65	64	2,72	68	2,76	78	2,95	52	2,66	85	3,45	57
Panama	2,93	2,75	3,11	61	46	81	2,56	74	2,94	51	2,76	79	2,84	63	3,01	57	3,47	56
Kenya	2,43	2,15	2,71	122	85	145	2,08	136	2,16	130	2,69	88	2,38	118	2,34	130	2,68	113
2010																		
Canada	3,87	3,78	3,97	14	7	18	3,71	13	4,03	11	3,24	32	3,99	8	4,01	15	4,41	5
China	3,49	3,45	3,53	27	26	28	3,16	32	3,54	27	3,31	27	3,49	29	3,55	30	3,91	36
Poland	3,44	3,25	3,62	30	26	36	3,12	34	2,98	43	3,22	35	3,26	36	3,45	33	4,52	2
Chile	3,09	2,95	3,24	49	38	55	2,93	41	2,86	50	2,74	94	2,94	48	3,33	40	3,80	44
Panama	3,02	2,82	3,23	51	39	64	2,76	49	2,63	61	2,87	71	2,83	57	3,26	47	3,76	47
Colombia	2,77	2,60	2,95	72	56	94	2,50	66	2,59	62	2,54	112	2,75	61	2,75	82	3,52	64
Kenya	2,59	2,39	2,79	99	68	126	2,23	103	2,14	113	2,84	75	2,28	122	2,89	69	3,06	113

Nota. El gráfico nos muestra análisis y resultado de cómo esta Colombia vs otros países de acuerdo al LPI Banco Mundial respecto a los años 2012, 2014, 2016 y 2018.

Cuadro Sinóptico elementos fundamentales del documento “Conpes 3547 Política Nacional Logística”

Nota. El cuadro sinóptico nos muestra elementos fundamentales del documento Conpes 3544.

Link(https://docs.google.com/spreadsheets/d/1smyrcgpB8G4qP_k5yWdJ42x48vqTkDa7/edit#gid=1802561394).

Proponer un Modelo de Gestión de Inventarios para una Empresa

The Bullwhip Effect— Exploring Causes And Counter Strategies

El Efecto Látigo Exploración De Causas Y Contra estrategias

Son grandes cambios de respuesta en pro de la mejora en atención al comensal y aumento de producción para determinar la demanda real en los clientes y así obtener una mayor exactitud de las evaluaciones de ventas.

Para el Restaurante Lucho la implementación de las fases del efecto del látigo hace que los inventarios puedan presenten cambios debido a la demanda comercial de los comensales del establecimiento así afectando la base stock del producto.

Demand-forecast updating / Actualización de pronóstico de demanda.

Para el Restaurante Lucho cuenta con una buena demanda debido a que en fechas especiales tales como Día de la mujer 8 de abril, Día de la madre, Día del padre entre otros como grados de noveno y undécimo, temporada alta Decembrina, fiestas patronales en el mes de enero y semana santa donde el establecimiento debe contar con un alto stock de inventarios basados en la carta de menú, lista de bebidas, lista de postres haciendo convenios con los proveedores y distribuidores para conservar un control entre la demanda y lo ofertado en el establecimiento; No obstante se sugiere continuar con el procedimiento de un inventario frecuente para que desde allí se obtenga de primera mano la información real y actualizada del stock del establecimiento y en apoyo a las auditorias continuas notar si el mismo tiene algún bajo en materia prima para que posteriormente se surta con tiempo y no se mire afectado el proceso de cadena fabricación y servicio a la mesa.

Es de gran importancia que el inventario y el stock se encuentre actualizado y con reserva además los distribuidores y proveedores minoristas y mayoristas deben tener pleno conocimiento

en cubrir el 100% de la demanda comercial de manera rápida cuando éste se encuentre en poca materia prima; Lo anterior se puede evitar teniendo en cuenta el historial de ventas para así hacer un pronóstico frente a la toma de decisiones eficientes como lo es en la compra de ingredientes para la cocción.

Nota. La rotación de inventarios es de gran importancia ya que allí se aplica el método de FIFO “First In First Out” / Primero en entrar primero en salir” para esta actividad se puede implementar un formato de evaluación a la gestión de inventarios para el Restaurante Lucho.

Figura 15

Hoja de Inventario y Stock

Código	Descripción	U d m	Categoría	Proveedor / Distribuidor	Stock mínimo	Inventario	observaciones

Order batching / Procedimiento por Lotes de Pedidos.

El Restaurante Lucho maneja un inventario teniendo en cuenta su proceso en cadena de fabricación de solicitud orden en el menú por el cliente lo cual los distribuidores y proveedores minoristas y mayoristas reúnen las solicitudes de cambio por fechas de vencimiento o

abastecimiento en el inventario lo cual resulta un efecto látigo en el Establecimiento; Ante ésta situación una señal de emergencia es que cuando se presente tiempo perdido para abastecer materia prima al Restaurante se debe revisar con lupa la trazabilidad de la cadena de producción para mirar con detenimiento en las entregas del producto seleccionado a coccionar por el comensal y de esta manera se observa cual es el ingrediente con bajo movimiento para así tomar decisiones de forma acertada evitando la perdida de ingredientes “fechas de vencimiento - descomposición de frutas y verduras” y en tiempo de fabricación en el producto seleccionado.

En el municipio de Aquitania Boyacá siendo de sexta categoría las fechas especiales tales como semana santa, Día de la madre, Día del padre, temporada alta Decembrina entre otros como grados de noveno y undécimo, Día de la mujer 8 de abril, fiestas patronales en el mes de enero para el establecimiento suele aumentar su suministro para su posterior venta lo cual incrementa la fabricación de pedidos según la lista de menús por el cliente que normal y frecuentemente es la preparación de trucha en sus diferentes variedades de sazón, lo cual los proveedores y distribuidores minoristas y mayoristas conocen sobre estas fechas especiales y su aumento en solicitud de pedidos ya sea en trucha deshuesada, con hueso , grano, aceite, pastas salsas, papa de primera, frutas, verduras entre otros.

Figura 16*Formato de Entradas y Salidas*

Fecha de Ingreso	Descripción	Distribuidor / Proveedor	U d m	Cantidad entrante	Cantidad saliente

Price Fluctuation _Restaurante Don lucho

El Restaurante Don Lucho es muy reconocido en el sector por la calidad de sus platos y su excelente servicio, por esta razón, para ellos es fundamental cada día brindar un buen calidad en sus productos, por ser uno de los principales restaurantes de la localidad por su variedad y calidad; los precios de su productos son un poco más costos que otros, de este modo para poder estimular más la demanda de clientes se utilizan diferentes técnicas y estrategias que permitan mantener la posición en donde se encuentra hoy en día el restaurante.

De esta manera en el restaurante don lucho con la variación de los precios también genera el efecto llamado látigo, pues al ofrecer descuentos o promociones de sus productos, ya sea para disminuir exceso de inventario ya que los alimento que manejan son no perecedero y se pierde rápidamente, de igual forma los perecederos que tienen fecha de vencimiento muy encima, o de igual manera aumentar la demanda y que permitan que los clientes finales

consuman más sus productos, esto muchas en vez de generar ganancia afecta de manera muy importante pues no se puede ser indiferentes a la fluctuación de los precios por la inflación lo que ha generado el incremento de la materia prima y esto permite un desequilibrio entre la producción y la demanda.

Por esta razón el restaurante Don lucho ha fijado estrategias como: que el inventario tenga el stock adecuado en fechas establecidas y que no haya exceso de materia prima esto con el fin de que esto alimentos no se dañe frecuentemente, busco proveedores donde el coste de los insumos tenga un valor más asequible, mejorar procesos de preparación y establecer precios alcanzables para clientes, de igual forma seguir brindando promociones y descuentos de algunos platos y así que el cliente final se sienta satisfecho.

De esta manera se busca tener buenos niveles de demanda manejado variación de precios adecuados sin afectar ni al fabricante, ni al cliente final.

Shortage gaming_ Restaurante Don Lucho

En el restaurante Donde Lucho debido a la pandemia decide fortalece su ventas por medios tecnológico, de esta manera tener consumidores físicos y otros por medio electrónicos, es así que logra obtener bases de datos con el fin de identifica de una manera más fácil los clientes finales y tener información de la demanda, para poder aumentar su oferta, generando más rentabilidad y un stock de seguridad para así suplir las necesidades a la hora de un pedido grande que no se tiene programado.

El restaurante don lucho también maneja sistema de tiempos y calendario de temporada, donde los pedios son más grande, por esta razón, lleva un stock adecuado para estas fechas y así poder satisfacer la necesidad del cliente final, de igual forma controla

adecuadamente sus proveedores, la parte de producción y logística para que se cumpla con los requerimientos.

Se puede decir que no siempre el restaurante ha sido éxito en la entrega de pedidos, ya que muchas veces la falta de stock no ha permitido entregas completas y esto repercute en el consumidor al no tener el requerimiento como lo desea y no lo aceptarlo; esto sucede porque muchas veces al momento los proveedores no llegan con la materia prima en las fechas y horas estipuladas, porque en la base de datos registra productos y en el almacén no se encuentra lo requerido (pedido fantasma), estos por fallas humanas, se surte de manera equivocada en la materia prima, se presentan fallas en la producción, de igual forma también se hacen malos pronósticos de la demanda.

Por esta razón, el restaurante Don Lucho con sus estrategias ha logrado que estas fallas cada día sean menores, permitiendo obtener a cabalidad los pedidos que el cliente final requiere ya sea que el consumidor lo solicite físicamente o por medios tecnológicos, dando buen manejo de las materias primas, mejorando los procesos de producción, obteniendo información que establezca orden, monitoreos periódicos de inventario de abastecimiento no sean escasos o que haya exceso de inventario.

Instrumento estrategia de gestión de los inventarios para la empresa.

Se propone realizar un instrumento para poder conocer el sistema de gestión de inventarios de la empresa Restaurante Lucho, para luego establecer una encuesta con puntuación, la cual cada una de sus variables tendrá asignado un valor, no solo se obtendrá información sobre el inventario de materiales sino un diagnóstico de la situación de la gestión de inventarios de esta forma se presenta un análisis actual de sus inventarios se proponen varias estrategias para mejorar este tipo de operaciones en la empresa.

Cuestionario de preguntas y respuesta

¿Cuáles serían las ventajas para la empresa en tener centralizado el inventario o, por el contrario, tener descentralizado el inventario? ¿Por qué?

Para el caso del restaurante Donde Lucho la gestión de inventarios se lleva de manera centralizada pues cada su producto se encuentra ubicados en una sola localización (único punto de venta y operación) por lo que el uso de este diseño representa un ahorro constante en los costos de operación en los que pueda incurrir el negocio.

Las ventajas que se presentan al gestionar de manera centralizada los inventarios se relacionan a continuación:

- Al mantener centralizado el inventario el restaurante logra tener una mayor eficiencia en el manejo de cada uno de los productos distribuyendo de manera eficiente el desarrollo de actividades entre el personal.
- Para el caso del recibido, preparación de la mercadería, frecuencia de entrega al cliente esta se desarrolla de acuerdo con las características del producto para lo cual el restaurante a destinada hoja de vida para cada uno de sus productos lo que permite a sus colaboradores estar especializados de acuerdo al desarrollo de su cargo.
- Debido a la gestión de los puestos de trabajo de cada uno de los colaboradores se mantiene una disposición para prestar un mejor servicio al cliente a través de mano de obra y recursos altamente calificados.
- Optimización de espacios de acuerdo con el desarrollo de almacenamiento de productos dentro del restaurante.

- Al mantener centralizado el inventario el restaurante puede gestionar más eficientemente la demanda del mismo, al reducir de esta manera el riesgo de faltantes o excesos.
- El personal administrativo para este caso sus propietarios pueden mantener una visión más generalizada y realista acerca de las decisiones que deben tomar en torno a la gestión de sus inventarios para este caso teniendo en cuenta que el mismo es variable de acuerdo con que su demanda aumenta en ciertas temporadas en el año.
- La reducción de costos en desarrollo de la operación y la duplicidad de esfuerzos al mantener un enfoque que permite recibir el producto tienda a tienda y en una sola de almacenaje.
- Cuando los productos que se encuentran en inventarios de manera centralizada se tiene más probabilidad de ser utilizado en cualquier lugar de ventas, evitando de esta manera relocalizaciones de productos y posibles ventas perdidas por desbalance.

Para el caso del restaurante Donde Lucho en la actualidad no se podría mantener un inventario descentralizado en primer lugar porque solo se cuenta con un punto de almacenamiento y operación y el inventario descentralizado hace referencia al almacenamiento en diferentes puntos o almacenes, sin embargo si el restaurante en algún momento tomara la decisión de tener otra sede este tipo de inventario le permitiría minimizar el riesgo en caso de perdidas, además de mantener una flexibilidad en la entrega de productos, la reducción de costos en caso de transporte y la reducción de tiempos de entrega de punto a punto.

¿En que consideran ustedes que se fundamenta el pronóstico de la demanda de la empresa?; si no lo hace ¿Cuál es la recomendación del grupo colaborativo?

El pronóstico de la demanda del Restaurante Donde Lucho se realiza de manera subjetiva, en desarrollo de su gestión el restaurante tiene establecido según sea el calendario

del año un tipo de demanda variable, de acuerdo con esto el restaurante gestiona en mayor o en menor grado sus inventarios evitando así pérdidas por exceso o por faltantes.

Además de esto en temporadas bajas el restaurante gestiona sus inventarios de acuerdo a pronósticos de ventas los cuales se llevan de manera mensual estimando así la fuerza de ventas y el manejo en cantidades de los inventarios en productos a gestionar.

¿Debería la empresa desarrollar un sistema para transferir inventario entre sus almacenes? ¿Si el almacenamiento es centralizado, recomendarían ustedes la descentralización? ¿Por qué?

En el momento no se hace necesario que el restaurante donde lucho realice la transferencia de inventarios pues este en la actualidad solo cuenta con un punto para almacenamiento y producción, sin embargo si en algún momento el restaurante tomara la decisión de abrir nuevas sucursales el mantener un inventario centralizado le permitiría mantener un control más exacto sobre cantidades de insumos obtenidos y procesados posibilitando de esta manera la reducción de pérdidas en cuanto al hurto de productos, además de esto la uniformidad de precios y cantidades producidas.

Para el caso del restaurante no se recomienda la descentralización por el tipo de productos que se manejan, el control de existencias y la uniformidad que debe generarse en caso de que existiera una sucursal del mismo, en caso de que se aplicara por sucursal la aplicación del mismo generaría en forma positiva la disminución de atrasos en cuanto a la generación de ordenes por parte de los clientes y la autonomía en caso de la administración para la toma de decisiones.

¿Debería la empresa desarrollar un sistema para transferir inventario entre sus almacenes?

Si, la empresa debe pensar en un sistema ya sea un programa o plataforma que apoye el inventario de sus productos en la bodega, con el fin de pensar en crecer y abrir un nuevo punto de venta adicional en otra ciudad y manejar en él un inventario independiente. Por lo tanto, crucial en mantener una bodega para llevar el control de cantidades de materias primas.

¿Si el almacenamiento es centralizado, recomendarían ustedes la descentralización?

Si, de suma utilidad cuando dos o más servidores necesitan acceder a los mismos datos. Esto es más común en sistemas de alta disponibilidad, donde la redundancia y la replicación desempeñan un papel importante, y en los entornos virtualizados, donde los servidores virtuales se crean de forma automática o frecuente a medida que los sistemas van escalando.

¿Por qué?

La empresa productora no controla el proceso de distribución, además depende de las tecnologías asociadas a la distribución centralizada.

¿En definitiva que modelo de gestión de inventarios es más recomendable para la empresa?

Teniendo en cuenta que el tipo de la demanda en el restaurante es de tendencia variable debido esto a que aumenta o disminuye en ciertas épocas del año los modelos de demanda determinística nos permiten identificar y controlar las variables sobre la gestión de inventarios y la toma de decisión acerca de lo que se debe ordenar, el tiempo y las cantidades, en base a esto se considera que el inventario que el restaurante debe gestionar es el inventario permanente pues este le permite mantener un control exacto de cantidades disminuyendo así pérdidas por excesos o por faltantes, de esta manera se mantiene una actualización de entradas y salidas de acuerdo a los alimentos procesados y no procesados manteniendo en tiempo real las cantidades en stock así; primeras entradas deben ser las primeras salidas.

Proponer un Layout para el Almacén o Centro de Distribución de una Empresa

Situación Actual del Centro de Distribución

La herramienta Layout es muy importante para la planificación en el SCM donde allí se implementa un diseño estructurado para lograr un éxito logístico en el proceso operativo desde entradas y salidas generando ventajas competitivas de forma eficaz y eficiente de productos y recurso humano; No obstante, permite una logística integral y aumenta el nivel del servicio a la mesa llegando con la optimización de recursos y reducción de costos, donde su importancia es el flujo de procesos e información apoyando a las mejoras logísticas para así mejorar los procesos productivos.

El restaurante Lucho está ubicado en el parque principal jun de san Martin ubicado en la calle 6 No 6-16 su teléfono para hacer reservaciones en llamada y WhatsApp es 310 310 19 31 su dirección de sitio web y enlaces sociales es

<https://www.facebook.com/Restauranteluchoaquitania/about> su dirección de correo electrónico es restauranteluchoaquitania@gmail.com en el Instagram esta como

<https://www.instagram.com/stories/highlights/17984543932481475/?hl=es>

El establecimiento está conformado por don Luis Suarez como representante legal, su hija Norma Constanza Suarez como jefe inmediato jefe de comprar minorista y mayorista, su hijo Wilson Suarez como ingeniero de alimentos, asesor control interno para tramite de PQRSF MIPGJ, coordinador de salud ocupacional, dos (2) meseros, seis (6) cocineros, dos (2) steward's.

Proceso de Recepción de Ingredientes y Comensal.

Es un proceso el cual el restaurante ya tiene planificado, formalizado y registrado dentro del diagnóstico interno de la organización, el proceso consiste en asegurar que el producto cumpla con los requisitos solicitados por el cliente antes de ser entregado.

Descripción procesos y Zonas de Operaciones

Fabricación

Aspectos Claves Dentro De La Preparación

Antes de empezar a trabajar, tenga siempre en mente cuatro aspectos claves dentro de la preparación:

Limpieza. lave siempre sus manos antes de tocar los alimentos y asegúrese de que todos los utensilios, equipos y superficies que van a contactar el alimento estén en perfecto estado de limpieza.

Separación. La debida separación de las materias primas para evitar su contaminación cruzada, deberá tenerse en cuenta en todo momento

Condiciones Para El Almacenamiento De Las Materias Primas

Primero lo primero: La correcta rotación de las materias primas consiste en aplicar el principio de “Lo Primero que Entra, es lo Primero que Sale”, lo cual se puede hacer, registrando en cada producto, la fecha en que fue recibido o preparado. El manipulador almacenará entonces los productos con la fecha de vencimiento más próxima, delante o arriba de aquellos productos con fecha de vencimiento más lejana.

Esto permite no solo hacer una buena rotación de los productos, sino descartar productos con fecha vencida.

- Fuera de peligro: Los productos una vez inspeccionados, deben ser cuanto, antes colocados fuera de la zona de peligro, es decir fuera de las temperaturas entre 5 y 60 grados centígrados, dependiendo de la naturaleza del alimento.
- Chequeo de temperaturas: Como medida más eficaz de asegurar que los alimentos están fuera de la zona de peligro, la temperatura de los alimentos tiene que ser chequeada por lo menos al inicio de cada turno y después cada cuatro horas.
- Etiquetado de los alimentos: Siempre se hará para los alimentos potencialmente peligrosos y aquellos listos para el consumo. Se incluirá la fecha máxima en que debe ser vendido, consumido o descartado.
- Áreas de almacenaje limpias y secas: Los pisos, paredes, congeladores, heladeras y en general todas las áreas deberán ser limpiados y desinfectados a intervalos de tiempo para prevenir la contaminación de los alimentos.
- Almacenar solo alimentos: En las áreas destinadas a este fin, solamente deben almacenarse alimentos y nunca se deberán almacenar productos químicos o de limpieza. Del mismo modo, nunca se almacenarán alimentos en los baños, vestuarios, bajo las escaleras u otras áreas donde puedan resultar contaminados.

Tipos De Almacenamiento

Cualquier establecimiento que prepara alimentos, debería tener por lo menos dos tipos de área de almacenamiento: una para guardar alimentos y otra para sustancias químicas u otras no utilizadas en los procesos.

Las áreas de almacenamiento incluyen las facilidades para conservar en frío (congeladores, heladeras), así como sectores secos para almacenar materias primas que pueden mantenerse sin refrigeración.

Cada una de las áreas tiene un propósito definido y el manipulador tiene que considerar que el diseño y manejo del espacio para almacenamiento debe ser una prioridad, por cuanto si éste es usado de forma indebida, se convierte en un problema en el establecimiento. Así, por ejemplo, si un refrigerador es sobrecargado, posiblemente no alcance nunca la temperatura necesaria para conservar los alimentos.

Al almacenar los alimentos se mantendrán retirados de las áreas de lavado de utensilios y de almacenamiento de residuos.

En general, un establecimiento debería tener las siguientes áreas para almacenamiento:

Almacenamiento Refrigerado. Se utiliza para mantener allí alimentos de alto riesgo, los cuales deben estar a temperatura por debajo de los 5 grados centígrados, como la mejor medida para evitar la multiplicación de las bacterias. La temperatura ideal dependerá no obstante del tipo de alimento, así por ejemplo, las frutas y vegetales se congelarían si se almacenan a las temperaturas que son ideales para mantener el pescado. Esta es la razón por la cual, es recomendable tener refrigeradoras separadas para los diferentes tipos de productos para poder mantenerlos en la temperatura óptima. En caso de no ser posible esto, tratar de almacenar la carne, el pollo, el pescado y los productos de la leche en la parte más fría del equipo, retirados de la puerta.

Si bien hay diferencias entre los varios equipos usados para refrigeración, hay claves generales que deben ser aplicadas, cualquiera sea el equipo que se use

Mantener Buena Circulación De Aire. La temperatura del aire que circula dentro de la heladera tiene mucha importancia para mantener los alimentos por debajo de 5 grados centígrados. Por eso la temperatura del aire debe ser de unos 4 grados, lo cual ha de ser comprobado al menos una vez durante cada turno de trabajo, mediante el uso de un termómetro colocado en la parte más “caliente” del equipo.

Evitar almacenar alimentos calientes.

El colocar alimentos calientes en el refrigerador, puede dar lugar a que el interior del equipo se caliente al punto que los demás alimentos entren en la zona de temperatura de peligro, lo mismo puede suceder si el equipo es sobrecargado, ya que se impide la circulación del aire frío y el contacto de este con los alimentos en refrigeración.

Proteger de los alimentos. Mantener los alimentos cubiertos es una de las mejores maneras de evitar la contaminación cruzada, por eso siempre estos deben cubrirse con papel aluminio o plástico. Se deben utilizar recipientes poco profundos para que los alimentos se enfríen más rápido. El utilizar recipientes grandes, hace que éstos parezcan fríos en el exterior, pero los alimentos en el centro tardan mucho tiempo en bajar su temperatura por debajo de 5 grados y permanecen largo tiempo en la zona de temperatura de peligro, con lo cual se facilita la multiplicación de las bacterias.

La protección de los alimentos para evitar este tipo de contaminaciones, también se aplica cuando no se tienen equipos separados para alimentos crudos y alimentos cocidos. En este caso se aconseja colocar la carne cruda, el pollo o el pescado separados de los alimentos cocinados o listos para consumir o si no, debajo de éstos para evitar goteos de los alimentos crudos sobre los ya preparados. El orden en que se deben colocar es el siguiente, de arriba hacia abajo: alimentos

listos para consumir, pescado entero, cortes enteros de carne o cerdo, carne o pescado molidos, pollo entero y/o molido, orden que está basado en evitar contaminaciones por goteo.

Chequear las temperaturas.

La vigilancia de la temperatura de los alimentos debe realizarse a intervalos de tiempo, como acción clave durante el almacenamiento, para lo cual se tomará al azar la temperatura de los alimentos almacenados en el equipo. No olvide también que la temperatura del equipo debe ser chequeada con frecuencia y que conviene anotar las lecturas obtenidas.

Almacenamiento Congelado. Área en la cual se mantienen los alimentos congelados a una temperatura de menos 18 grados centígrados, condiciones que, si bien no matan todos los microorganismos, sí reducen su crecimiento.

El área de producción del Restaurante Lucho consiste en varios procesos de un orden específico hasta el uso de herramientas adecuadas y en actividades tales como:

Atención al cliente

Toma de pedido

Preparación y cocción

Entrega de Pedido

Facturación

Devoluciones:

En el Restaurante Don Lucho, raramente se aplica la devolución es una etapa importante para contemplar, tanto las devoluciones realizadas al proveedor (Bavaria, Postobón, entre otros), como las recibidas por parte de clientes. Aquí se deben considerar los servicios requeridos para una devolución sin complicaciones y llevar el registro correcto del inventario.

Se prestan servicios al cliente y a los proveedores en relación con cualquier tipo de devolución y retirada de mercancías.

Las devoluciones, se convierten en una variable que puede afectar significativamente la sustentabilidad del Restaurante Don Lucho, sin mencionar el impacto que sugiere en la experiencia de compra de los clientes.

Costos de devoluciones:

Aceptar, registrar y ubicar en el Restaurante Don Lucho el producto retornado genera los denominados costos de devolución, atribuibles a:

- La recepción de la mercancía, incluyendo la comprobación de su estado.
- La coordinación de los departamentos implicados en caso de que exista una reclamación que gestionar.
- La asignación de un espacio en el Restaurante Don Lucho para el producto retornado.

Figura 20

Devoluciones



Nota. La importancia de uso chekin en la logística. Fuente: (acelerato, 2021)

Zonas del área de operaciones

1. Zona de parqueo.
2. Ingreso personal.
3. Ingreso materia prima.
4. Comedor
5. Estación de meseros.
6. Caja.
7. Bodega de vinos.
8. Baños para clientes.
9. Lugar de lencería mice in place.
10. Área de producción: Cocina, pre-preparación, preparación en caliente, preparación en frío.
11. Patio de Lavado.
12. Pipetas de gas.
13. Bodega de frutas y verduras.
14. Bodegas de trucha, pollo, carne.
15. Bodega de víveres.
16. Tanques de reserva.
17. Baños para empleados.
18. Zona de revisión de pedido y verificación de calidad.
19. Ingreso de materia prima.
20. Cuarto de basuras.

Plano Layout Actual Restaurante don lucho

Figura 17

Layout Actual de la Empresa

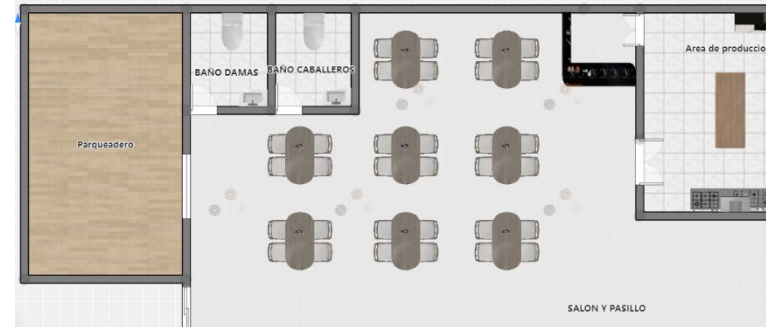


Nota. La imagen nos muestra cómo está compuesta la distribución actual de la empresa restaurante Don Lucho

Plano de Layout Propuesto

Figura 18

Propuesta Layout Restaurante Don Lucho



Nota. En imágenes se ilustra la propuesta de distribución que debe tener el restaurante Don Lucho

Descripción cambios realizados:

- Se instala un baño con el fin de separar baño damas de baño caballeros y de esta manera mejorar el confort del cliente.
- Se realiza subdivisiones en las bodegas de almacenamiento de materias primas teniendo en cuenta que existen productos que requieren de cuarto frio para su conservación como lo son las carnes, así como frutas y verduras.
- Se instalan puertas en los laterales del cuarto de almacenamiento de basuras y pipetas de gas, con el fin de surtir y retirar sin ingresar por la entrada principal e incomodar a los clientes. Además, que para el retiro de basuras por esta misma área genera mala imagen al establecimiento.
- Se acomodan las sillas y mesas con el fin de generar espacio para recibir más clientes.
- Se instala puerta en el costado del ingreso de los vestidores del personal para evitar el tránsito para cambios de turno por el área de atención al cliente
- Se instala puerta del área de producción hacia la caja con el fin de tener una mayor comunicación sobre pedidos y facturación.
- Se instala puerta del área de descargue de materia prima hacia el cuarto de verificación con el fin de que se realice dicha actividad sin tener que molestar a los clientes.

Identificar los Modos y Medios de Transporte Utilizados por una Empresa.

El restaurante don lucho utiliza un tipo de transporte terrestre y manual, pues por ser una empresa pequeña no tiene variedad de transporte, de igual manera la mayoría de la materia prima la llevan los proveedores a restaurante y otras como el domicilio para los clientes se hace a pie o en moto.

Tipos de medios Transporte

Articulado:

Son los que utilizan los proveedores para surtir el Restáurate como son:

La provisión de este tipo de materias primas se hace a través de un preventista, en cual realiza el pedido de manera previa, y dichos pedidos se allegan al restaurante en un lazo de dos a tres días, se utiliza el modo de trasporte por carretera a través de camiones o furgones de buena capacidad entre 4 y 5 toneladas, la materia prima principal (gaseosas, cervezas, carnes, vivieres etc.)

Distribuidor de carnes (acuatrucha). Son vehículos Frigoríficos que llegan al restaurante, con temperaturas adecuadas para mantener este tipo de alimento en buen estado, nos proveen cada semana por ser alimentos precederos, los tiempos de llega son la mayoría de las veces en hora de la mañana.

Distribuidor de alimentos no perecederos. Son los diferentes proveedores que nos surten la mayoría de alimentos perecederos, utilizan camiones isotermos que permiten que estos alimento estén en un ambiente ideal, el tiempo que nos surten es más o menos cada 15 días y se solicita en cantidades la mayoría en arrobas.

Distribuidor de alimentos perecederos. Estos se proveen directamente desde central o por camionetas pequeñas que surten semanalmente en el restaurante, las cantidades son pequeñas

ya que por ser alimentos que se dañan rápidamente no se pueden dejar en el almacén o refrigeradores mucho tiempo

Distribuidores de bebidas. Son los camiones de reparto que llegan directamente al restaurante como: Coca cola, Postobón y Bavaria, sus bodegas solo quedan en Duitama y Sogamoso que es la distancia más cercana para proveernos

Internos:

En el restaurante Don Lucho utilizan distintos tipos de herramientas internos que permiten que los traslados de las materias primas sea más seguro además el cuidado con el empleado dentro de su sitio de trabajo, de igual forma el tiempo que reduce al utilizar estas herramientas, las principales son:

Figura 19

Carretilla



Carretilla: Esta se utiliza la mayoría de las veces para los productos que tienen pesos muy altos

Nota. Carretilla. Fuente: (alamy, s.f.)

Figura 20

Estiba Hidráulica



Estiba Hidráulica: esta se utiliza para bajar mercancía del transporte palatalizado de camiones surtidores, la mayoría caja y esta permite la organización del almacén del restaurante

Nota. Estibadora hidráulica manual, Fuente: (Sumicali, 2019)

Figura 21

Carro para Mercados Manual



Carro de hacer mercado: Este medio de transporte se utiliza para hacer compras de materia prima cercanas de la empresa y donde no se requiere de surtidores.

Nota. Carro para mercado manual. Fuente: (Homecenter, s.f.)

Medio de transporte externo: En el restaurante Don lucho se maneja para poder distribuir su producto es:

Moto. El restaurante tiene un canal abierto de domicilios, en los cuales el mismo restaurante tiene contratados a sus domiciliarios, por lo tanto este mismo canal es directo, en el cual el cliente realiza su pedido, y dicho pedido es despachado a través de un domiciliario en moto, el cual se encarga de entregar dicho pedido en el domicilio indicado por el cliente, por lo tanto el tipo de transporte utilizado para esta acción es a través de una motocicleta. este vehículo, con un cajón que contiene un termo de temperatura adecuada que permite que los

alimento vayan en buen estado y la calidad que requiere el cliente, lo tiempos establecidos por cada ruta son entre 20 minutos y media hora entre ida y vuelta.

Figura 22

Moto Transporte Restaurante



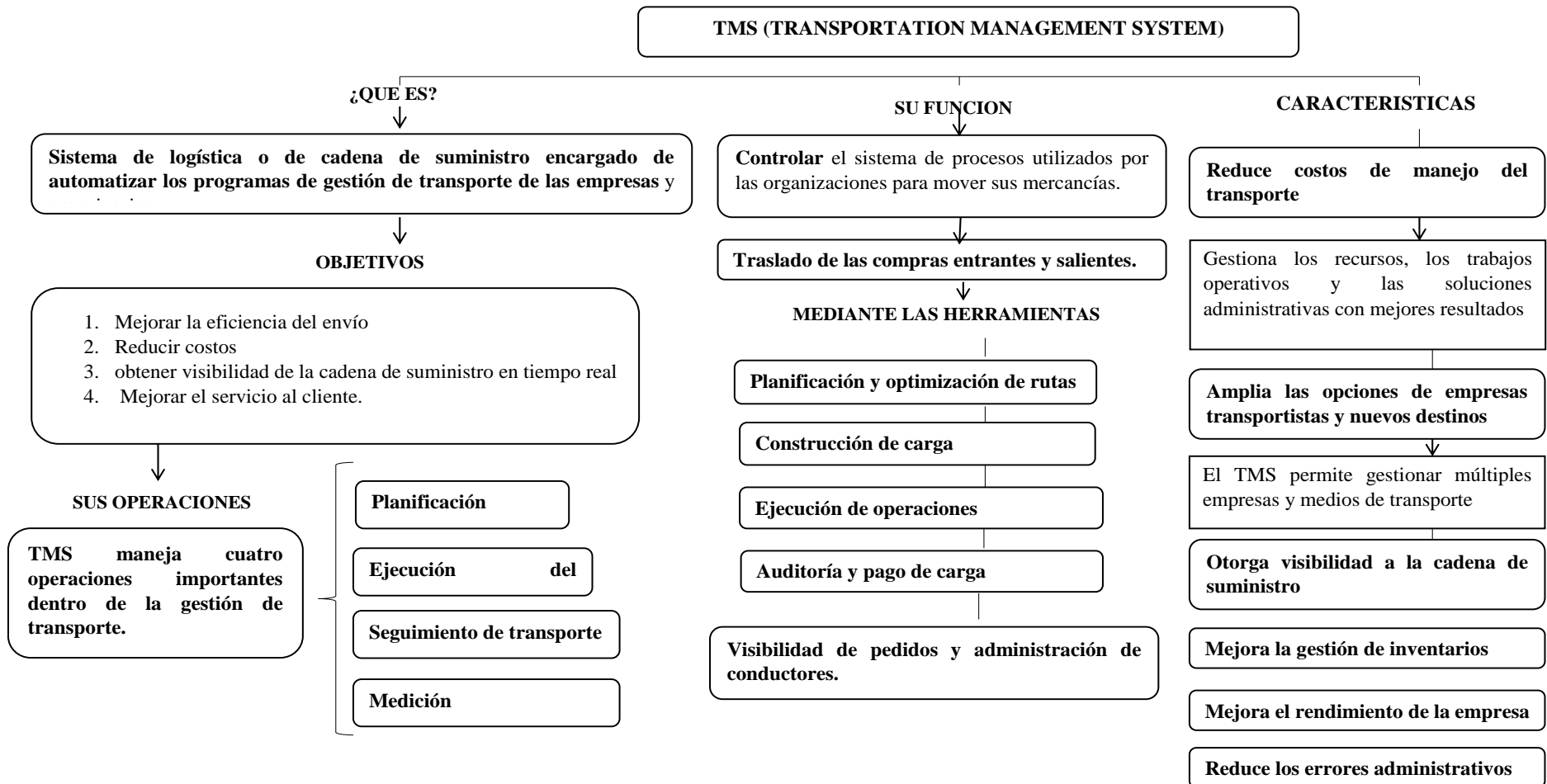
Nota. Moto transporte de alimento. Fuente: (Shutterstock, s.f.)

Mapa conceptual con el tema *TMS* (Transportación Management System)

Figura 23

Mapa Conceptual Transporte Management Sistema

1.



Sus siglas menciona ser un sistema de gestión del transporte iniciando con la planificación ejecución y optimización en físico de mercados además con la entrada y salida de materia prima y que sus productos a ofertar cumplan con los requisitos y documentación requerida.

Tabla 4

Ventajas y Desventajas

Ventajas	Desventajas
Para el Restaurante Lucho implementar el TMS le brinda una operatividad en cuanto a reducción de costos, mayor eficiencia, mayor visibilidad en cuanto a la mejora de la cadena de suministro, mejora en la atención al comensal, eficiencia en la gestión de inventarios y productividad.	En el restaurante Lucho genera un gran costo en la implementación del TMS ya que esta herramienta genera un excelente análisis y simulación de un proceso de transporte.

Nota. Se muestra las ventajas y desventajas de TMS en el restaurante Don Lucho

Proponer una Estrategia de Aprovisionamiento para una Empresa.

Instrumento para realizar las consultas que consideren pertinente, de tal forma que puedan develar la forma en que la empresa gestiona su proceso de aprovisionamiento

Se puede decir que una de las partes más importantes de una empresa es el aprovisionamiento de bienes y servicios en una empresa y que de este depende el desarrollo de las actividades que allí se ejecutan. Es de esta manera que el Restaurante Don Lucho hace énfasis en adquirir materia prima de una manera adecuada desde sus proveedores, hasta la entrega de su producto y de esta gestión permite que se lleve un mejor proceso en la producción

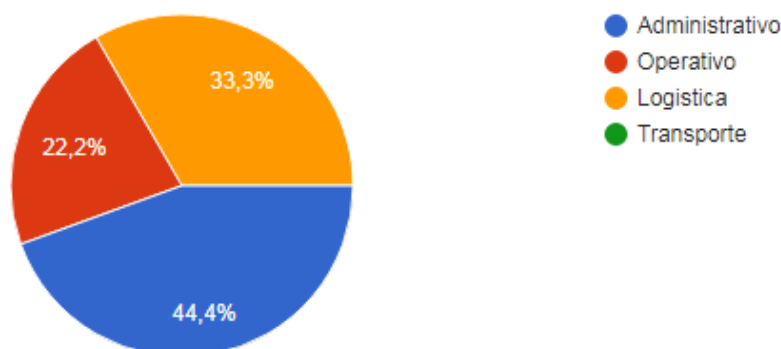
Instrumento de medición

De esta manera se realizó un cuestionario de consultas sobre la gestión de sus procesos de aprovisionamiento donde la puede realizar los integrantes de la misma

Enlace Instrumento de medición. <https://forms.gle/5Mmewidohk5HRvMDA>:
Respuesta en grafica

Figura 24

Cargo que Desempeña en la Empresa

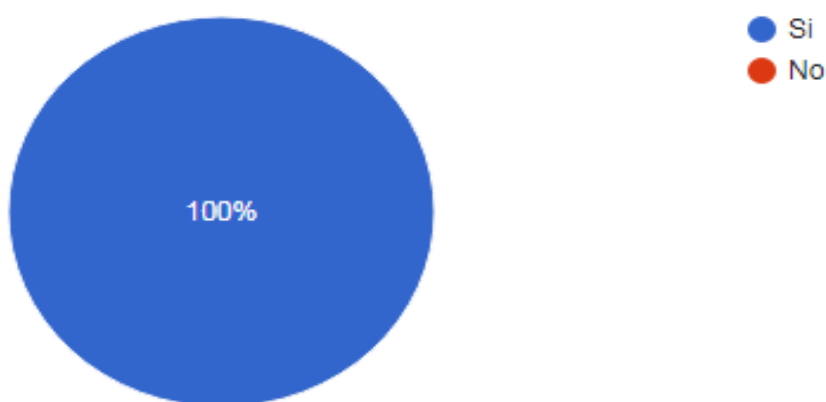


Análisis de la gráfica de cargo que desempeña

Según la gráfica se evidencia un 22,2% de personal operativo, 33.3% de personal de logística y un 44.4% de personal administrativo, en este caso no se evidencia personal de transporte ya que este sistema de logística e externo a la empresa. Los cargos que se manejan el en restaurante Don Lucho son enfocados a la productividad general de la empresa, logrando la satisfacción en los productos y servicios.

Figura 25

Disposición Espacio Almacenamiento

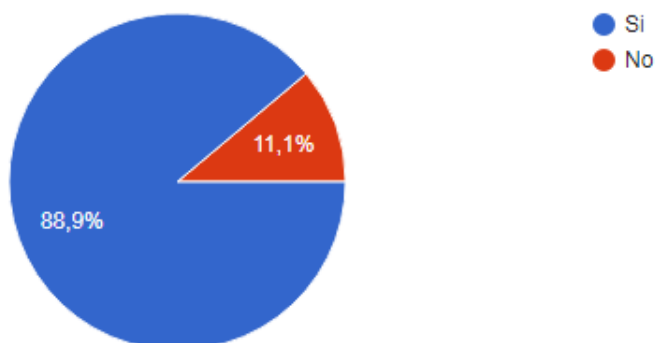


Análisis de la gráfica de disposición espacio almacenamiento

Se evidencia una disposición del 100% en el espacio de almacenamiento, lo cual proyecta el crecimiento de la producción futura del restaurante.

Figura 26

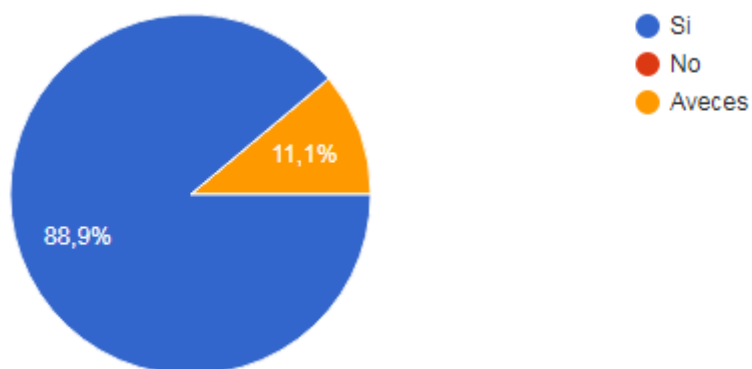
Previsión de la demanda en la Empresa

**Análisis de la gráfica de previsión de la demanda**

Se evidencia una previsión de la demanda de una 88,9% positivo en beneficio del Restaurante Don Lucho, por lo cual la empresa estima una demanda futura en sus productos y servicios, con el fin de mejorar la administración de inventarios que se lleva en el restaurante, al igual que la capacidad y asignación de los recursos.

Figura 27

En las compras de materia prima se tiene en cuenta los precios, la calidad y la cantidad que se debe comprar

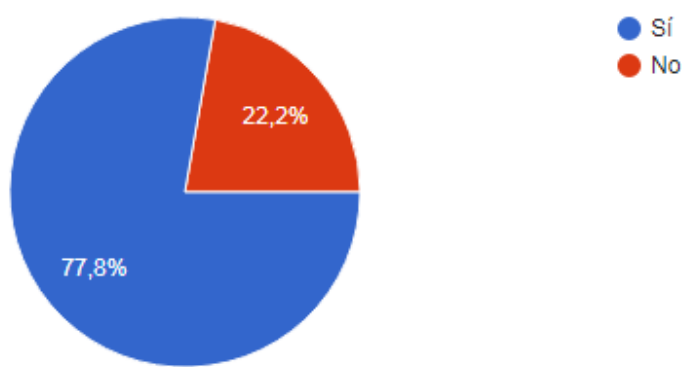


Análisis de la gráfica de compra de materias primas

Se evidencia un 88,9% de factor positivo en la compra de materias primas, ya que se logra identificar y controlar los presión, calidad y cantidad de productos, evitando innecesarios y/o desperdicios. Al igual que se han presentado que algunas veces este factor se ha descuidado generando un bajo control en este indicador.

Figura 28

Sitio donde se almacenan los productos

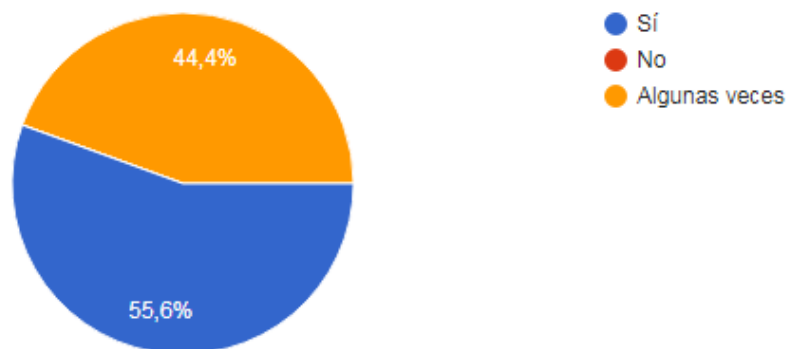


Análisis de la gráfica de acuerdo con el almacenamiento de los productos

Se evidencia un almacenamiento con capacidad adecuada de un 77,8% a favor del almacenamiento adecuado y mejor distribución de espacios dentro de las instalaciones del restaurante, por tanto el restaurante tiene una buena gestión en la información para el almacenamiento de los productos, esto evidencia una gran parte de sistema de almacenamiento cuanta con óptimas condiciones para pensar en una ampliación de restaurante Don Lucho, necesario tener en cuenta que existen condiciones para mejorar y para mantener dentro de los procesos.

Figura 29

Controles de inventario adecuado en los tiempos estipulados para poder hacer aprovisionamientos de manera correcta

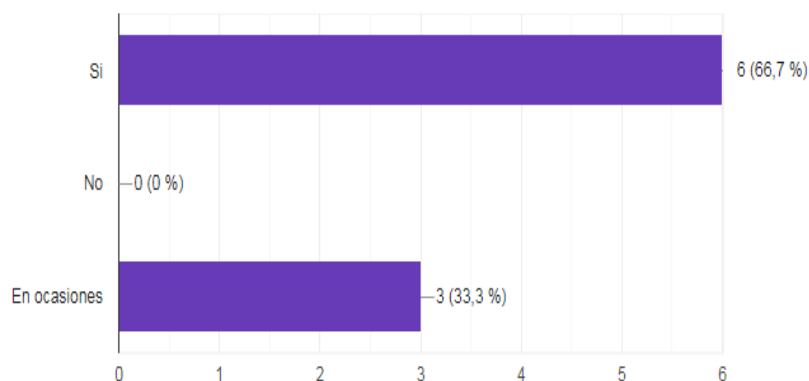


Análisis de las gráficas de controles de inventario adecuados en los tiempos estipulados

Se evidencia un control del 55,6% en los inventarios en el restaurante, aun que en el este proceso algunas veces con un 44,4% se omiten ciertas secuencias que ha llegado a afectar la producción de productos en el restaurante, además de ser un aspecto por mejorar.

Figura 30

Coordinación de forma adecuada las compras y la logística del restaurante Don Lucho

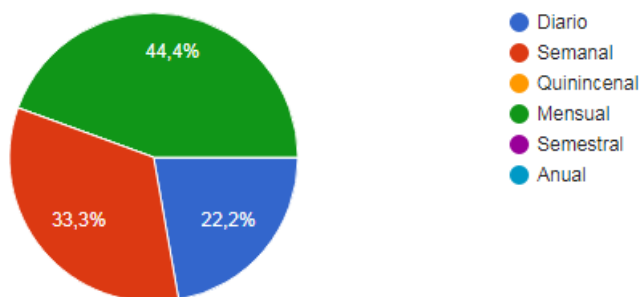


Análisis

En la gráfica se puede evidenciar que el 66.7 % la empresa Don Lucho tiene una buena coordinación en sus compras y la logística dentro y fuera del restaurante, sin embargo se debe mejorar ciertos aspectos para que sus procesos sean aún mejor para tener una cadena de suministro aún mejor.

Figura 31

Control de inventario se lleva en la empresa



Análisis de las gráficas de acuerdo con el abastecimiento de Restaurante Don Lucho

Se evidencia que el restaurante tiene una buena gestión en la información para el abastecimiento de su materia prima, pero, aún le falta cumplir con muchos aspectos para que no se genere pérdida y costos en los insumos y en la organización. Es el caso del transporte, donde se requiere que sea más eficiente para que la logística pueda cumplir de manera más óptima sus procesos; de igual manera, no se tiene un buen control de inventarios que permita la rotación de mercancía e igual manera una demanda futura.

Es importante que la empresa analice, evalúe y mejore cada aspecto en el que este fallando, para que la cadena de suministro alcance un mejor nivel, reduciendo las falencias y generando más competitividad, credibilidad y éxito.

Estrategia De Aprovisionamiento:

Recepción

En este caso se propone tener dos filtros al momento de que los productos ingresen al restaurante Don Lucho, para revisar al detalle el estado y calidad de los mismos, en este caso se debe ser aprobado por el primer filtro para que pase al segundo quien se encargara de almacenar el producto teniendo en cuenta especificaciones como, por ejemplo: puntos de madurez; los cuales hay utilizar más rápido.

- Entrega de la mercancía por parte del proveedor
- Verificación por parte del encargado de su almacenamiento primer y segundo filtro.
- Almacenamiento según las especificaciones del producto (Estado y fechas de vencimiento)

En este caso es importante tener en cuenta la cantidad de productos y el tiempo en que se van a utilizar, ya que no se busca que estos se dañen o expiren. Para esto según los inventarios se propone mantener stocks pequeños y junto con la evaluación de proveedores se busca que estos

se encarguen de suministrar los productos en el menor tiempo posible cuando el stock este en su mínimo. También las estrategias de los menús deben ser muy específicos para evitar desperdicios y así mismo disminuir perdidas y optimizar recursos.

Transporte

El transporte es de gran importancia ya que de esto depende que el producto llegue en perfecto estado y no haya inconvenientes por daños o cortes en las cadenas de frio.

Para esto se propone implementar un registro de salida de vehículo; donde se evidencia placa del vehículo, datos del conductor, el trayecto y hora de llegada a su destino, con el fin de evitar tiempos muertos.

Almacenamiento

Se debe garantizar que el almacenamiento dentro del restaurante Don Lucho, cuente con las instalaciones adecuadas y una persona encarga de su limpieza y mantenimiento periódico, además de garantizar que a la hora que usar los productos de utilicen los más antiguos y se mantengas los más recientes (Una persona encargada de rotar el producto)

Inventario

Una persona encargada de realizar inventarios diarios y semanales, según sea la necesidad del restaurante, quien se encarga de llevar un control de los productos que se requieren dentro de los menús a ofrecer.

Cadena de suministro

Una persona encargada de verificar y mantener la cadena de suministro de los productos quien se encarga de gestionar con los proveedores directamente, los sistemas de transportes.

Instrumento (aplicativo en Excel) para realizar la evaluación y selección de proveedores.

Enlace de Stock y Aprovisionamiento.

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1E5W_lbnOSrO_Yhed6eh9og-

[JLvOfLqxIedit?rtopf=true#gid=1827535118](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1E5W_lbnOSrO_Yhed6eh9og-JLvOfLqxIedit?rtopf=true#gid=1827535118)

Figura 32

Stock aprovisionamiento frutas y verduras

STOCK Y APROVISIONAMIENTO FRUTAS Y VERDURAS								
N° orden	Proveedor	Producto	Cantidad existente	Producto compr	Producto diario	Stock minim	Stock segurid	Estado
1	La canasta famili	Manzanas	3 kg	6 kg	5 kg	3 kg	1 kg	BUENO
2	La canasta famili	Duraznos	2 kg	7 kg	6 kg	3 kg	1 kg	BUENO
3	La canasta famili	Peras	6 kg	8 kg	7 kg	3 kg	1 kg	BUENO
4	La canasta famili	Uvas	5 kg	9 kg	8 kg	3 kg	1 kg	REGULAR
5	La canasta famili	Bananos	3 kg	10 kg	9 kg	3 kg	1 kg	BUENO
6	La canasta famili	Papaya	2 kg	11 kg	10 kg	3 kg	1 kg	BUENO
7	La canasta famili	Limon	6 kg	12 kg	11 kg	3 kg	1 kg	BUENO
8	La canasta famili	Melon	5 kg	13 kg	12 kg	3 kg	1 kg	BUENO
9	La canasta famili	Fresas	3 kg	14 kg	13 kg	3 kg	1 kg	MALO
10	La canasta famili	Moras	2 kg	17 kg	2 kg	3 kg	1 kg	BUENO
11	La canasta famili	Espinacas	6 kg	16 kg	3 kg	2 kg	1 kg	BUENO
12	La canasta famili	Cebollas	5 kg	17 kg	4 kg	2 kg	1 kg	BUENO
13	La canasta famili	Tomates	3 kg	18 kg	5 kg	2 kg	1 kg	REGULAR
14	La canasta famili	Apio	2 kg	19 kg	6 kg	2 kg	1 kg	BUENO
15	La canasta famili	Papa	6 kg	4 kg	7 kg	10 kg	5 kg	BUENO
16	La canasta famili	Platano	5 kg	7 kg	8 kg	6 kg	3 kg	BUENO
17	La canasta famili	Zanahoria	3 kg	8 kg	9 kg	4 kg	2 kg	BUENO
18	La canasta famili	Arveja	2 kg	7 kg	10 kg	2 kg	5 kg	BUENO
19	La canasta famili	Frijol	6 kg	4 kg	11 kg	2 kg	5 kg	BUENO
20	La canasta famili	Papa criolla	5 kg	1 kg	12 kg	10 kg	5 kg	BUENO

Figura 33

Stock aprovisionamiento cárnicos

STOCK Y APROVISIONAMIENTO CARNICOS								
N° orden	Proveedor	Producto	Cantidad existente	Producto compra	Producto diario	Stock minimo	Stock segurida	Estado
1	La canasta familiar	Carne de res	8 kg	2 kg	2 kg	3 kg	2 kg	BUENO
2	La canasta familiar	Carne de cer	8 kg	2 kg	2 kg	3 kg	2 kg	BUENO
3	La canasta familiar	Pollo	7 kg	2 kg	3 kg	4 kg	3 kg	MALO
4	La canasta familiar	Pescado	7 kg	2 kg	3 kg	4 kg	3 kg	BUENO
5	La canasta familiar	Camarones	9 kg	2 kg	2 kg	3 kg	2 kg	BUENO
6	La canasta familiar	Mariscos	10 kg	2 kg	2 kg	3 kg	2 kg	BUENO
7	La canasta familiar	Bojarra	12 kg	2 kg	3 kg	4 kg	3 kg	BUENO

Figura 34

Stock aprovisionamiento Víveres

STOCK Y APROVISIONAMIENTO VIVERES								
N° orden	Producto	Proveedor	Cantidad existente	Producto compra	Producto diario	Stock mínimo	Stock seguridad	Estado
1	Pasta sopa	La canasta familiar	5 kg	1kg	1kg	3 kg	1kg	BUENO
2	Pasta seco	La canasta familiar	6 kg	2 kg	2 kg	3 kg	1kg	BUENO
3	Arveja	La canasta familiar	7 kg	3 kg	3 kg	3 kg	1kg	BUENO
4	Frijol	La canasta familiar	8 kg	4 kg	4 kg	3 kg	2 kg	BUENO
5	Garbanzo	La canasta familiar	9 kg	1kg	1kg	3 kg	1kg	BUENO
6	Sal	La canasta familiar	10 kg	2 kg	2 kg	3 kg	1kg	BUENO
7	Azucar	La canasta familiar	11 kg	3 kg	3 kg	3 kg	1kg	BUENO
8	Harina	La canasta familiar	12 kg	4 kg	4 kg	3 kg	2 kg	BUENO
9	Lentejas	La canasta familiar	13 kg	1kg	1kg	3 kg	1kg	BUENO
10	Aceite	La canasta familiar	14 kg	2 kg	2 kg	3 kg	1kg	BUENO
11	Mantequilla	La canasta familiar	15 kg	3 kg	3 kg	3 kg	1kg	BUENO
12	Avena	La canasta familiar	16 kg	4 kg	4 kg	3 kg	2 kg	BUENO
13	Arroz	La canasta familiar	17 kg	5 kg	5 kg	3 kg	1kg	BUENO
14	Panela	La canasta familiar	8 unidades	3 unidades	3 unidades	2 unidades	1unidad	BUENO
15	Sebada	La canasta familiar	12 kg	4 kg	4 kg	2 kg	1kg	BUENO
16	Café	La canasta familiar	9 kg	4 kg	4 kg	2 kg	1kg	BUENO
17	Leche	La canasta familiar	9 boldas	5 boldas	5 boldas	3 boldas	2 boldas	REGULAR
18	Huevos	La canasta familiar	18 unidades	8 unidades	8 unidades	6 unidades	4 unidades	BUENO
19	Chocolate	La canasta familiar	10 kg	4 kg	4 kg	4 kg	2 kg	BUENO
20	Pan	La canasta familiar	16 unidades	10 unidades	10 unidades	5 boldas	3 boldas	BUENO
21	Jugos	La canasta familiar	6 unidades	8 unidades	10 unidades	8 unidades	5 unidades	BUENO
22	Gaseosas	Postobon	6 unidades	8 unidades	10 unidades	8 unidades	5 unidades	BUENO
23	cervezas	Bavaria	6 unidades	8 unidades	10 unidades	8 unidades	5 unidades	BUENO

Figura 35

Stock aprovisionamiento vinos

STOCK Y APROVISIONAMIENTO VINOS								
N° orden	Proveedor	Producto	Cantidad existente	Producto compra	Producto diario	Stock mínimo	Stock seguridad	Estado
1	La canasta familiar	Vino blanco 1	3 unidades	2 unidades	2 unidades	3 unidades	1 unidad	BUENO
2	La canasta familiar	Vino blanco 2	3 unidades	2 unidades	2 unidades	3 unidades	1 unidad	BUENO
3	La canasta familiar	Vino blanco 3	3 unidades	2 unidades	2 unidades	3 unidades	1 unidad	BUENO
4	La canasta familiar	Vino blanco 4	3 unidades	2 unidades	2 unidades	3 unidades	1 unidad	BUENO
5	La canasta familiar	Vino tinto 1	3 unidades	2 unidades	2 unidades	3 unidades	1 unidad	BUENO
6	La canasta familiar	Vino tinto 2	3 unidades	2 unidades	2 unidades	3 unidades	1 unidad	BUENO
7	La canasta familiar	Vino tinto 3	3 unidades	2 unidades	2 unidades	3 unidades	1 unidad	BUENO
8	La canasta familiar	Vino tinto 4	3 unidades	2 unidades	2 unidades	3 unidades	1 unidad	BUENO

Según Castro, Gómez, & Franco (2009), el principal criterio para la selección de un proveedor es la capacidad de mejora y trabajo con estrategias de cofabricación, sin dejar de lado las características de calidad, servicios, planes de pago y precios, además de las variaciones que se presentan de acuerdo con la demanda de dichos productos.

Por lo tanto, en la actualidad existen una gran variedad de métodos que permiten realizar los procesos de selección y evaluación de proveedores, pero son muy pocos los estudios o estrategias que se enfocan en el desarrollo de dichas actividades con un enfoque estratégico.

Figura 36

Estrategia para la selección de proveedores



Nota. Estrategia para la selección de proveedores Fuente: Sarachez Castro, 2009

Modelo de selección y evaluación de proveedores

El buen manejo de la logística dentro de cualquier empresa se inicia con buenos proveedores por lo tanto es necesario realizar una adecuada selección y evaluación de los mismos.

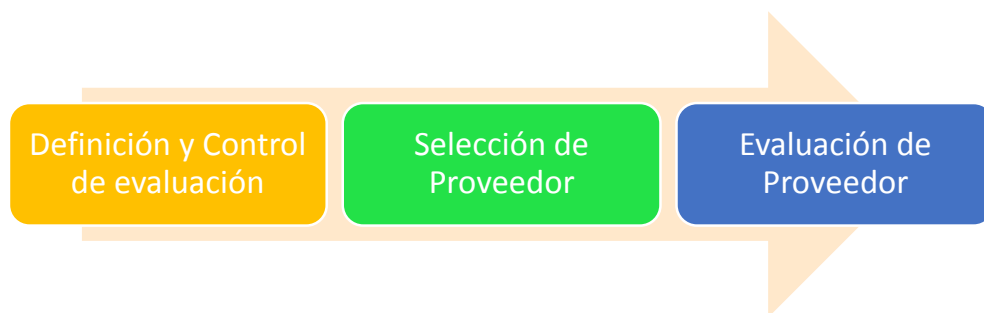
En la actualidad el restaurante don Lucho no cuenta con un programa adecuado de selección y evaluación de proveedores, por lo cual se hace necesaria la implementación del mismo con el fin de mejorar el sistema de aprovisionamiento de materias primas y de igual

manera lograr incrementar las ganancias y calidad de los productos, sin dejar de lado la eficiencia en el proceso.

Por lo anterior se crea un instrumento de selección y evaluación de los proveedores con los que cuenta el restaurante don Lucho quienes serán sometidos a un proceso de calificación y clasificación basándonos en métodos multicriterio.

Figura 37

Selección y evaluación de proveedores



Para los criterios de selección se tuvieron en cuenta una serie de características o cualidades imprescindibles, que se desea que cumplan cada uno de los proveedores y que el establecimiento considera base para el desempeño de los mismos, dentro de los cuales encontramos:

- Cumplimiento de las instrucciones
- Información de la empresa
- Precio
- Requisitos
- Viabilidad
- Calidad
- BPM e inocuidad del producto.

Escala de valoración

Para ello se establece una valoración de 1 a 5 según el análisis realizado en la cual se asignará valor a cada cualidad y de acuerdo con ello se promediará cada criterio, y posterior a ello cada criterio también tendrá su ponderación de acuerdo a la relevancia, para luego calificar el rendimiento de cada proveedor de acuerdo con el resultado final.

Mientras que la evaluación de proveedores se dará al proveedor que quede seleccionado por la empresa donde se evaluarán diferentes criterios y de acuerdo a ello se le realizarán algunas recomendaciones de ser necesario, por lo que la escala de valoración para la evaluación de proveedores se da de manera cuantitativa, donde el puntaje más alto será de 5 y el mínimo será de 1 de la siguiente forma:

Tabla 5

Tabla de puntuación

Tecla De Puntuación	
5	Muy bueno; Supera las expectativas
4	Bueno; Cumple con las expectativas
3	Estándar; Cumple con la mayoría de las expectativas
2	Adecuado; Cumple con algunas expectativas
1	Insatisfactorio; Pierde la mayoría de las expectativas
0	Deficiente; Cae muy por debajo de las expectativas
N/A	No aplicable

Nota. Se muestra la valoración de proveedores por la empresa

Elección de Variables

Calidad del Producto: Importancia de analizar la gestión del distribuidor o proveedor mayorista o minorista si dado caso de presenta alguna PQRSD ante la venta de la materia prima.

Relación costo beneficio: En este proceso se puede observar si el producto a obtener el restaurante tiene mayor costo donde allí se logra analizar la rentabilidad y de elegir el mejor distribuidor o proveedor minorista o mayorista y así alcanzar los objetivos corporativos.

Garantía de cumplimiento: En esta fase el propietario o jefe inmediato exige al distribuidor o proveedor minorista o mayoristas se entregue la materia prima en óptimas condiciones.

Nota: Dado caso que el producto entregado no cumpla con las BPM e inocuidad requerida se solicitará de inmediato la devolución del dinero.

Capacidad producción y presupuestal: El proveedor y distribuidor minorista y mayorista debe tener claro que su stock de despacho debe contar con la capacidad y la documentación requerida para que así el establecimiento haga el proceso de evaluación y selección de los mismos.

Link Formato De Evaluación Proveedores Y Distribuidores Minoristas Y Mayoristas:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1yj3z6jTT9EZRghGosGXslALWTrXBh7ce/edit#gid=381965796>

Identificar los Beneficios al Implementar Estrategias de DRP y TMS.

Describir y explicar la estrategia de distribución de la empresa.

Para el restaurante Lucho la estrategia de distribución se hace de la siguiente manera:

Función Diseño y Canal

El diseño de las estrategias de distribución para el restaurante Lucho trucha arco iris en sus diferentes preparaciones es muy preferida por la población Aquitanense y turistas en donde la misma se encuentra en las siguientes preparaciones ya sea deshuesada o con hueso.

La función de las estrategias de distribución es que los productos que se ofrecen en la carta ya sea en entradas, platos fuertes, salidas, vinos, postres, bebidas no alcohólicas y alcohólicas.

La forma de distribución de los productos que se ofrece en la carta se hace todo el proceso de fabricación en las instalaciones del mismo restaurante y su domicilio es a través de la moto “servicio a domicilio” en la cual le brindan al comensal un servicio más satisfactorio y puerta a

puerta en donde se busca el aumento de ventas y superar la pérdida en materia prima y presupuestal que el restaurante invirtió en tiempos de pandemia.

Factores que influyen en el diseño de distribución.

Comensales: Los clientes del Restaurante Lucho ya sea del municipio y turistas prefieren la trucha arco iris en sus diferentes preparaciones ya que esta este producto cuenta con vitaminas A D B3 B6 y contribuye al sistema nervioso.

Intermediarios: El restaurante Lucho cuenta con el “servicio a domicilio” el cual es en moto donde allí se garantiza la comodidad de los clientes, aumenta la cobertura, mayor satisfacción del comensal. }

Nota: En el establecimiento hay espacio de bodega en la cual contiene ingredientes bebidas frutas verduras más utilizados para que se lleve a cabo las fases de producción según orden de pedido.

Competencia: En el municipio de Aquitania existen variedades de restaurantes de los cuales 13 establecimientos son los más preferidos por la comunidad Aquitanense y turistas los cuales son:

Canelo y sabores.

Restaurante Mirador las Nieves

Alto De las Nieves

La arepita Boyacense

Juárez comida mexicana

Madero y Tizón

Restaurante Guáquira

Restaurante Lagoon parrilla

Restaurante Rafaelo

Restaurante Lucho en el cual su especialidad es la trucha arco iris Lucho además el establecimiento cuenta con el servicio de domicilio, reservas, televisión, wifi gratis, acepta tarjetas de crédito, estacionamiento en calle, estacionamiento privado gratis, accesibilidad a las personas con inclusión y servicio a la mesa.

Clasificación de diseño de distribución:

Distribuidor y Proveedor Minorista / Mayorista: Comensales

Distribuidor Y Proveedor Minorista / Mayorista: En el Restaurante Lucho cuenta con el personal operativo (jefe de cocina, auxiliar de cocina, Stewart, meseros, Ingeniero de Alimentos) y administrativo (Jefe inmediato y propietario del establecimiento).

Distribuidor Y proveedor Minorista / Mayorista: El establecimiento ofrece e producto servicio a la mesa se hace a través de la carta en el cual es su proceso de venta hacia el comensal.

Distribuidor y Proveedor Minorista / Mayorista hacia el comensal: Restaurante Lucho con única sede, pero con servicio a domicilio.

Criterios para la selección:

El diseño de distribución llega al establecimiento su materia prima en la cual su proceso de fabricación varía según la orden de pedido o necesidad por parte del cliente o reserva que se haga en el restaurante.

El proceso de costo y control la trucha arco iris por ser de alta demanda no solo en este establecimiento sino a nivel municipal en el stock interno del restaurante se lleva un control de cantidades entrantes y salientes.

Nota: según lo anterior la demanda varía según fechas especiales, fiestas patronales entre otras.

Intermediarios. Para este proceso aplica en la entrega de trucha huesuda y deshuesada emitido por Acuatrucha y la Industria Frigorífica en sus operarios para cargue, descargue y entrega de producto en canal.

Capacidad de Mercado. A nivel Municipal la Empresa Acuatrucha tiene su capacidad de venta a sus municipios vecinos tales como Tota, Cuitiva y grandes ciudades tales como Sogamoso, Duitama y Tunja. A nivel municipal esta empresa cubre el 100% de los negocios y restaurantes donde allí para el Restaurante Lucho cuenta con su cobertura completa ya sea en trucha, carne, pollo y demás ingredientes a tener en cuenta al momento de la cocción de orden de pedido.

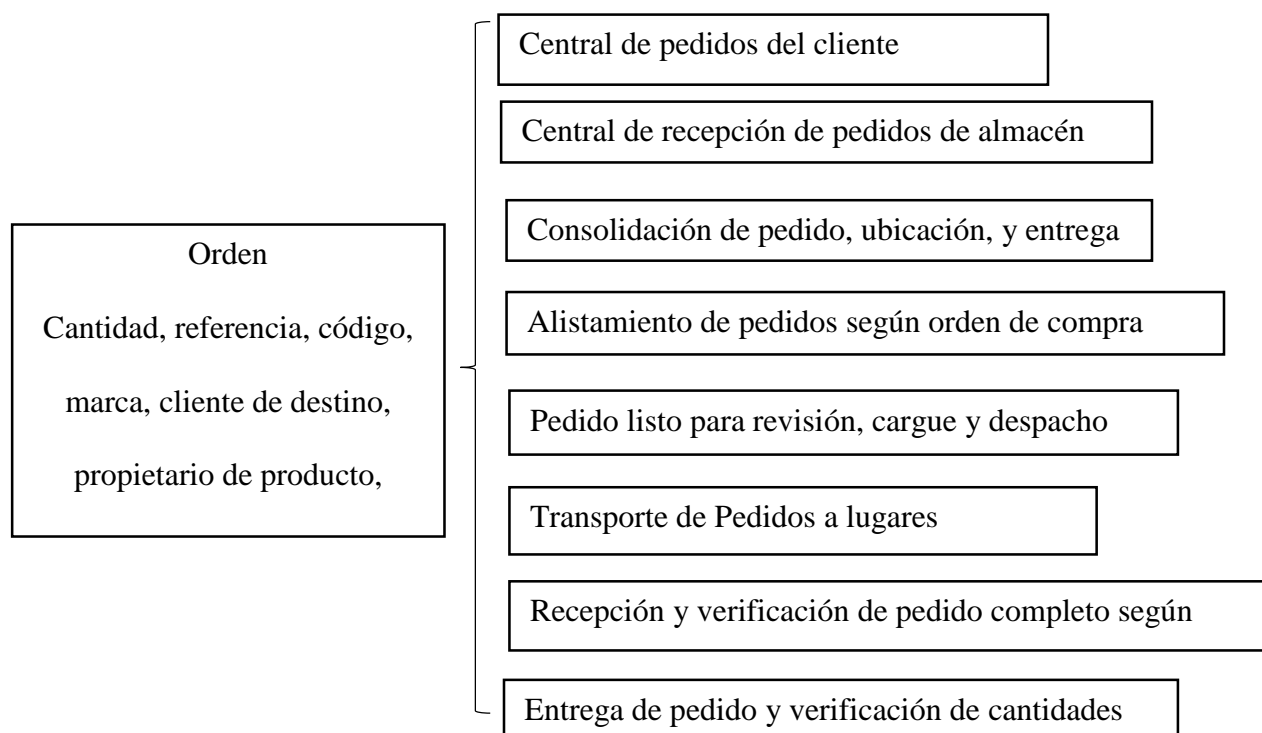
Estrategias Del Cross-Docking

Este método le brinda al Restaurante Lucho un sistema de distribución y logística en el cual se mide el tiempo en demora que los proveedores y distribuidores minoristas y mayoristas

inician el proceso de cargue transporte salida del vehículo y descargue de las ordenes de pedido a las instalaciones del Restaurante, donde allí se hace el proceso de recepción verificación según orden de pedido, inspección de calidad en un tiempo reducido para su respectivo almacenamiento y destino según orden del comensal.

Figura 38

Proceso de Orden de pedido



Nota. Se estipulan un proceso para cada orden de pedido que se realice.

Para el proceso de distribución y logística se integra por almacenes mayoristas y minoristas para abastecer las necesidades de orden de pedido para el Restaurante Lucho teniendo como objetivo satisfacer la demanda del mercado, optimizar el transporte de las ordenes de pedido, diferenciación de productos, ganar economía en envío, transporte y recepción de

cantidades y optimización del traspaso de órdenes de pedido de materia prima a varios medios de transporte para las bodegas respectivas.

Según lo anterior las siguientes operaciones se implementaron para el establecimiento:

Con un buen almacenamiento Inteligente todo producto se puede almacenar por mínimo o máximo en su tamaño o peso a contener.

Cada artículo se consolida mediante la plataforma de clasificación según su frecuencia de uso y fecha de vencimiento.

Preparación de una orden de pedido por el comensal sin apoyo de un almacén ya que con esta se evita almacenar la materia prima para proceder a la estrategia del picking de la materia prima solicitada.

Brinda capacidad de respuesta y costo en el cual se requiere un alto conocimiento y dominio del reagrupamiento de órdenes de pedido para su medio de transporte y uso de plataforma.

El medio de transporte debe estar en perfecto funcionamiento para que así tenga la capacidad de soporte de peso y medida de las órdenes a recibir conllevando a la inversión de poco tiempo y espacio en las instalaciones del Restaurante.

Modalidades del crossdocking

Proveedor y Distribuidor

Materia prima llega al establecimiento para ser procesada según orden de pedido por el *cliente*.

Cliente: Hace solicitud de pedido según sus necesidades y expectativas de la carta de *pedidos*.

Domicilios: Servicio puerta a puerta según solicitud de preparación realizada por medio de llamada o mensaje de WhatsApp.

Beneficios:

Se hace orden de pedido a los proveedores y distribuidores minoristas y mayoristas según la demanda que se mire en el establecimiento o según fechas especiales calendario para que así se despache la materia prima procesada según solicitud del cliente.

Para los proveedores y distribuidores se reducen los gastos logísticos, se simplifican las operaciones, se mejora el servicio a la mesa, se fortalece la alianza estratégica. Uso de cargas unitarias.

Para el Cliente se reduce los espacios en bodega, se mejora la administración de inventarios, se reduce el costo financiero del inventario y devoluciones.

Los beneficios para una empresa con un excelente enfoque en sistemas logísticos y su aplicación de manera eficiente, pueden ser muchos, puesto que la implementación de estos traerá expansión y desarrollo en el mercado, ya que en la actualidad los clientes buscan satisfacer sus necesidades a través de empresas que les brinden una inmediatez, y que dichos productos se encuentren a la mano y a un buen precio, por lo que la distribución de la empresa debe ser óptima.

Cabe resaltar que realizar este tipo de cambios requiere de invertir en tiempo, horas hombre, capital y software de esta manera se realizará una muy buena distribución, al igual que esto le daría una estrategia de valor y posicionamiento del restaurante en el mercado, mediante la colocación en el lugar Exacto por los medios correctos, esto quiere decir que el proceso entre su producción y entrega al cliente final sea lo más eficiente posible.

Responde preguntas

¿Debería la empresa animar a sus clientes a utilizar servicios de embarque directo? ¿Por qué?

Se puede decir que la red de embarque directo es una forma de transporte donde no se requiere que haya puntos intermediación en su Ruta, esto permite que el proveedor llegue directo al cliente, este servicio es más rápidos sus operación y coordinación son más cortas, de esta manera llegar con más facilidad.

Se puede decir que se utiliza más que todos con empresa de grandes tamaños ya que estas requieren de grandes cantidades de mercancía, y pueden tener cargar completas de lote en el transporte, de esta manera los costos de rutas disminuyen

De esta manera, se puede decir que por ser una empresa pequeña, no es recomendable animar a sus clientes a utilizar servicios de embarque directo, pues la empresa no maneja volúmenes grandes de mercancía y esto no permite que el proveedor pueda transportar la cantidad de mercancía necesaria lo que generaría costos grandes en la distribución.

¿Es el Cross-Docking una estrategia realmente viable para la distribución de productos de la empresa? ¿Por qué?

El Cross Docking es una estrategia logística donde reduce los tiempos para manejo de cadena de suministro, además que permite que el inventario rote de una manera más rápida, de esta manera ayuda a disminuir costos en almacenamiento y distribución. Es un procedimiento donde los productos se trasladan desde la planta de fabricación del proveedor para ser distribuida directamente al cliente o al por menor. El termino cross docking proviene de la operación que tan solo necesita atravesar los muelles del almacén.

Esta estrategia podría ser viable para la empresa restáurate don Lucho, se puede decir que esta estrategia se utiliza más que todo en el sector agroalimentario pues es una permanencia que

caduca muy rápido; de igual forma porque trabaja dentro de la cadena de suministro de la empresa, pues se puede preparar los pedidos sin necesidad de un periodo de almacenamiento, por esta razón los alimentos perecederos y no perecederos que permanecen mucho tiempo en el almacén, se puede decir también que los restaurantes como lo es Don lucho debe responder una demanda muy específica que necesita solventar con rapidez lo que le permite que la mercancía rote constantemente y no necesita que almacene por tiempos prolongados en el almacén, de esta manera se atiende la necesidad de los clientes forma más rápida y se conecta directamente el producto con el cliente final, esto permite que los costos de inventario no sean elevados.

¿Qué estrategia de distribución es la más apropiada para los negocios de la empresa?

Para el Restaurante don Lucho la estrategia más apropiada es la distribución directa ya que esta vende directamente el producto al consumidor sin necesidad de intermediarios, el establecimiento produce sus alimentos en el mismo sitio y allí mismo se distribuye sin ningún problema.

Esta estrategia permite que el producto se entregue de una manera óptima, donde el trato es directamente con el consumidor, de esta modo se reduce los costos de distribución y se puede identificar la fidelidad del cliente al llegar a buscar el producto en el sitio de origen; ya que las ventas de sus productos se hace la mayoría en el establecimiento y los domicilios son en tiempos esporádicos pero de igual forma son ventas directas.

¿Cómo se puede beneficiar la empresa con los cambios en la industria de la distribución?

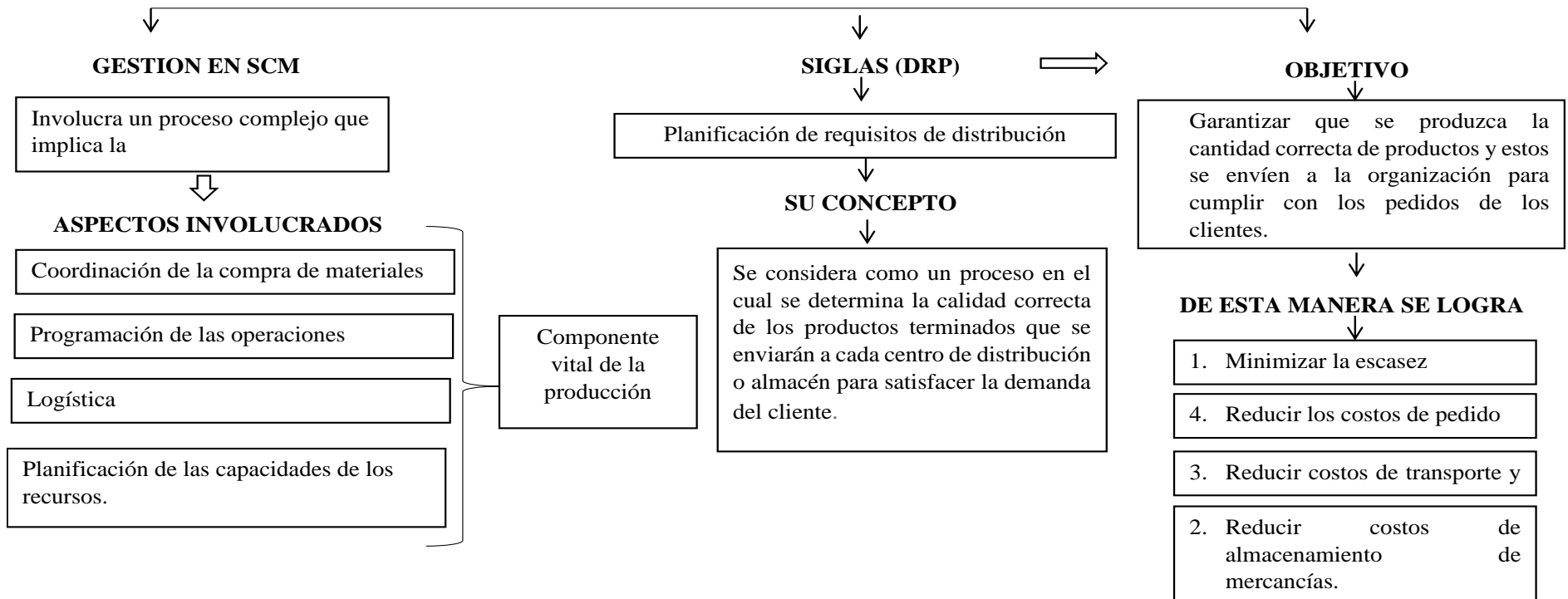
Se puede decir que una buena estrategia de distribución en las empresas permite una buena cadena de suministros dentro y fuera de ella, desde la fabricación del producto, hasta que llega al consumidor, de esta manera generando varios beneficios entre estos tenemos los disminución de costos, disminución de los inventarios, los tiempos para llegar de al cliente de

una forma más rápida y adecuada satisfaciendo las necesidades que este requiere y generar más clientela, Sin embargo, se tiene que tener en cuenta diferentes aspectos de la empresa para poder implementar estas estrategias sin que se perjudique, ya que la industria cada día se está renovando con estas estrategias de distribuciones, esto con el fin de las empresas cada día mejoren sus procesos de producción y sus cadenas de suministros lleguen a más consumidores.

Mapa conceptual relacionado con el tema “DRP” (Distribution Requirements Planning). ventajas y desventajas de aplicarlo en la empresa.

Figura 39

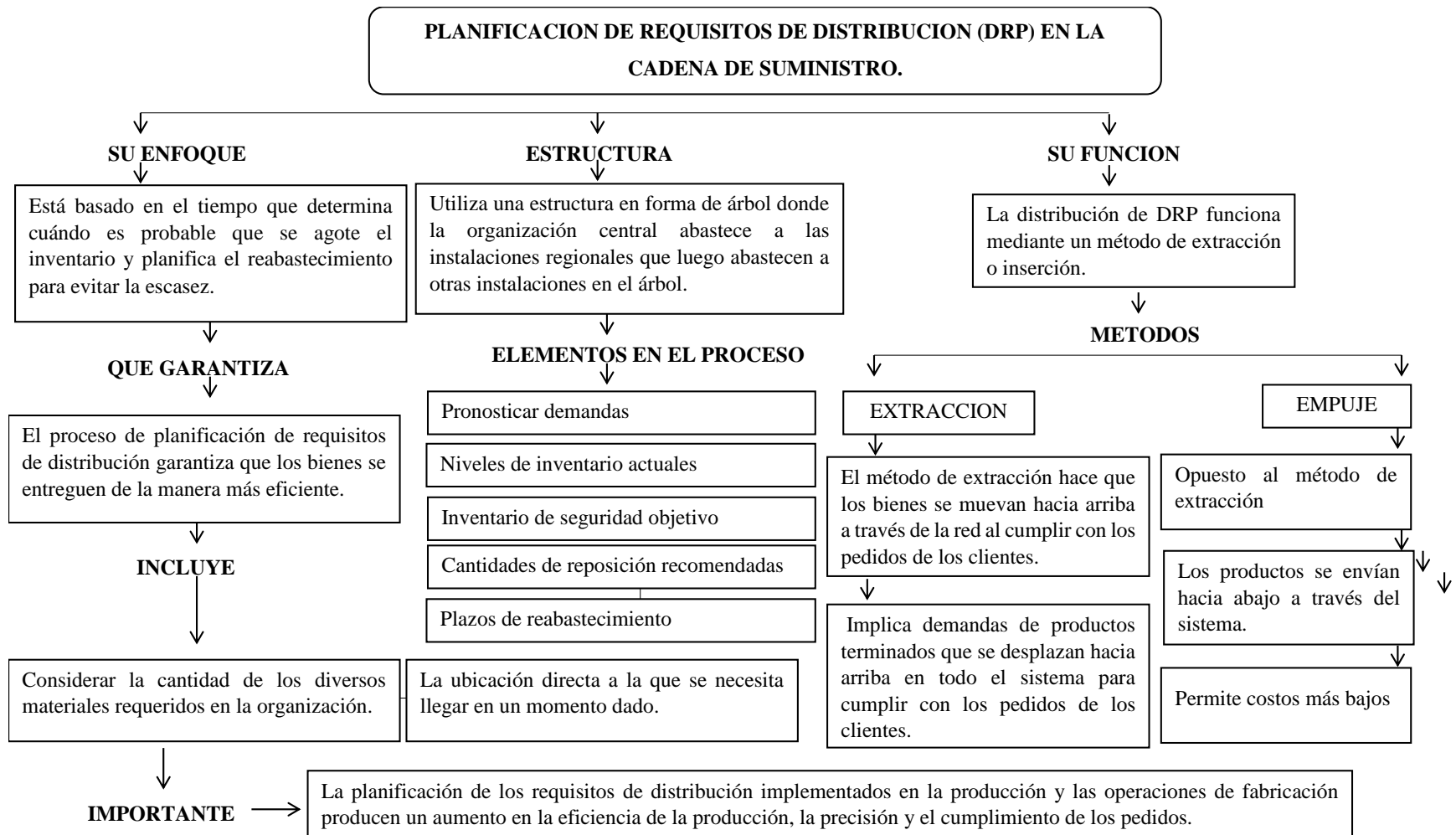
Mapa conceptual relacionado con el DPR



Nota. El mapa representa la relación de las Distribution Requirements Planning

Figura 40

Planificación requisitos de distribución en la cadena de suministro



Nota. El mapa nos muestra la planificación de requisitos de distribución en la cadena de suministro.

ventajas y desventajas de aplicar el DRP al Restaurante Donde Lucho.

Ventajas

- 1.** El desarrollo de la planificación y aplicación de requisitos de distribución (DRP) actúan dentro de la organización como un aspecto vital de sus operaciones y servicios de procesos de alimentos procesados.
- 2.** El desarrollo del DRP en el restaurante es aplicado como una herramienta dentro del sistema contribuyendo así a la planificación y programación dentro del CSM este permite una mayor comprensión del proceso de distribución y optimización del mismo.
- 3.** Para el caso específico del restaurante su diseño y aplicación permite a la parte administrativa crear y comparar varias opciones de abastecimiento para satisfacer las demandas cambiantes específicamente por calendario que ellos manejan de aprovisionamiento.
- 4.** Permite al restaurante crear planes de suministros realistas y eficientes de acuerdo al manejo de temporadas estipulado por la organización.
- 5.** Proporciona al restaurante crear un sistema de abastecimiento inteligente que le permita tener la disponibilidad, manejo tiempos de transferencia y los costos al crear una red de suministro más eficiente.

Desventajas

- 1.** Es posible que debido al efecto bullwhip o látigo, aumento de la demanda que presente el restaurante se presente un desafío al controlar la cantidad de bienes disponibles esto porque todos los pedidos para el caso de aplicación DRP se considerarían como nuevos en la ubicación de la cadena de suministro.

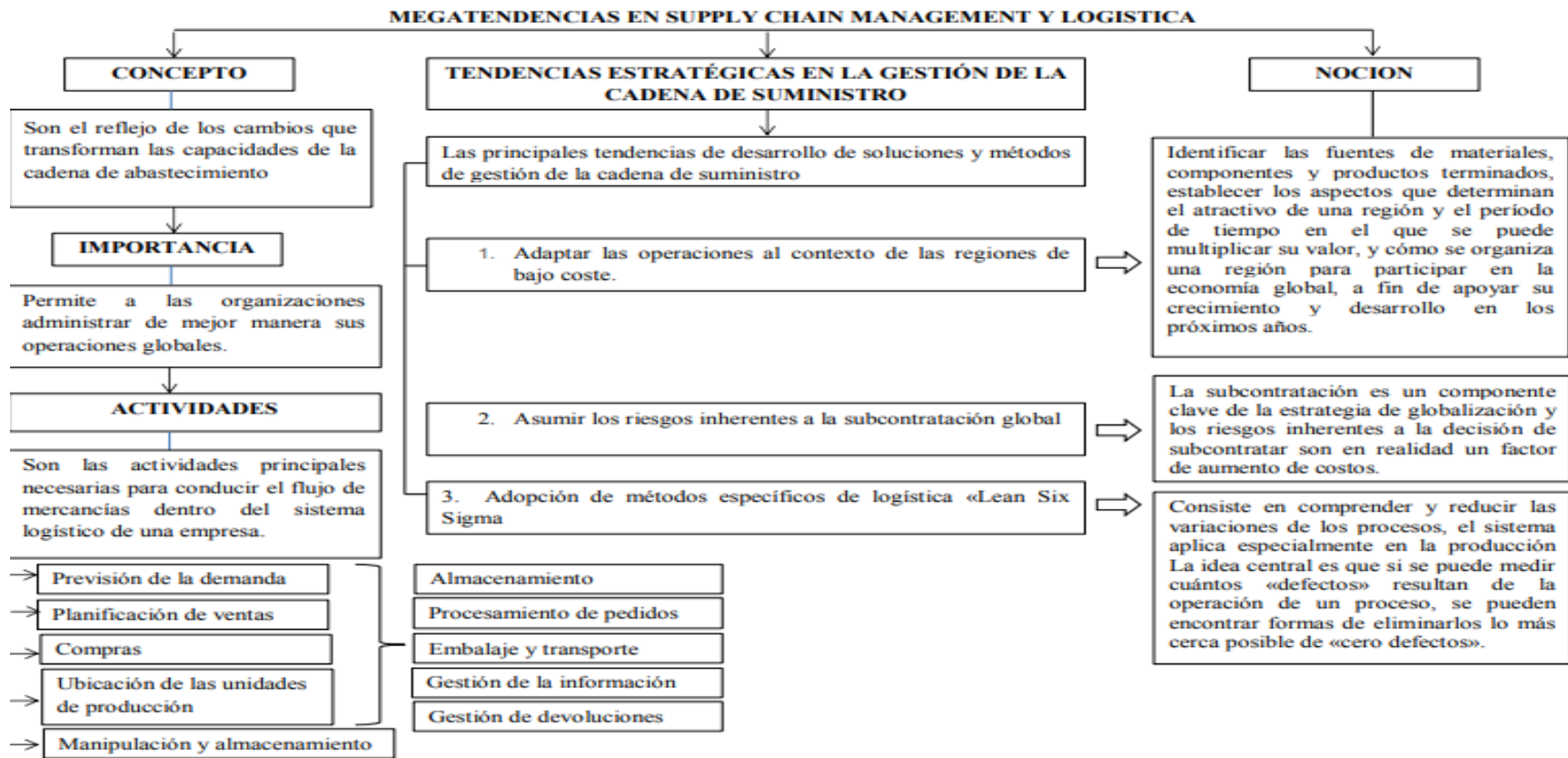
2. Su aplicación puede evidenciar posibles imprecisiones en el pronóstico que hayan diseñado para la demanda, esto porque los pedidos tienden a ascender dentro de la cadena de suministro.
3. Para el caso específico del restaurante y su aplicación del método de empuje puede ser una desventaja esto cuando la planificación central de la organización y la demanda presentada no se encuentran en sincronía, generando de esta manera mayores costos para la misma.
4. En la organización los pequeños cambios que se presenten en la demanda de los consumidores pueden llegar a generar grandes oscilaciones en el pronóstico de la demanda más arriba dentro del desarrollo de la red.
5. Las organizaciones generalmente intentaran mantener existencias de seguridad, pero eso a corto y mediano plazo puede llegar a reducir la efectividad general de la aplicación del DRP, lo que con el tiempo puede llegar a generar niveles de inventarios altos o escasez de los mismos.

Identificar las Megatendencias en Supply Chain Management y Logística

Mapa conceptual relacionado con el tema “Megatendencias en Supply Chain Management y Logística”.

Figura 41

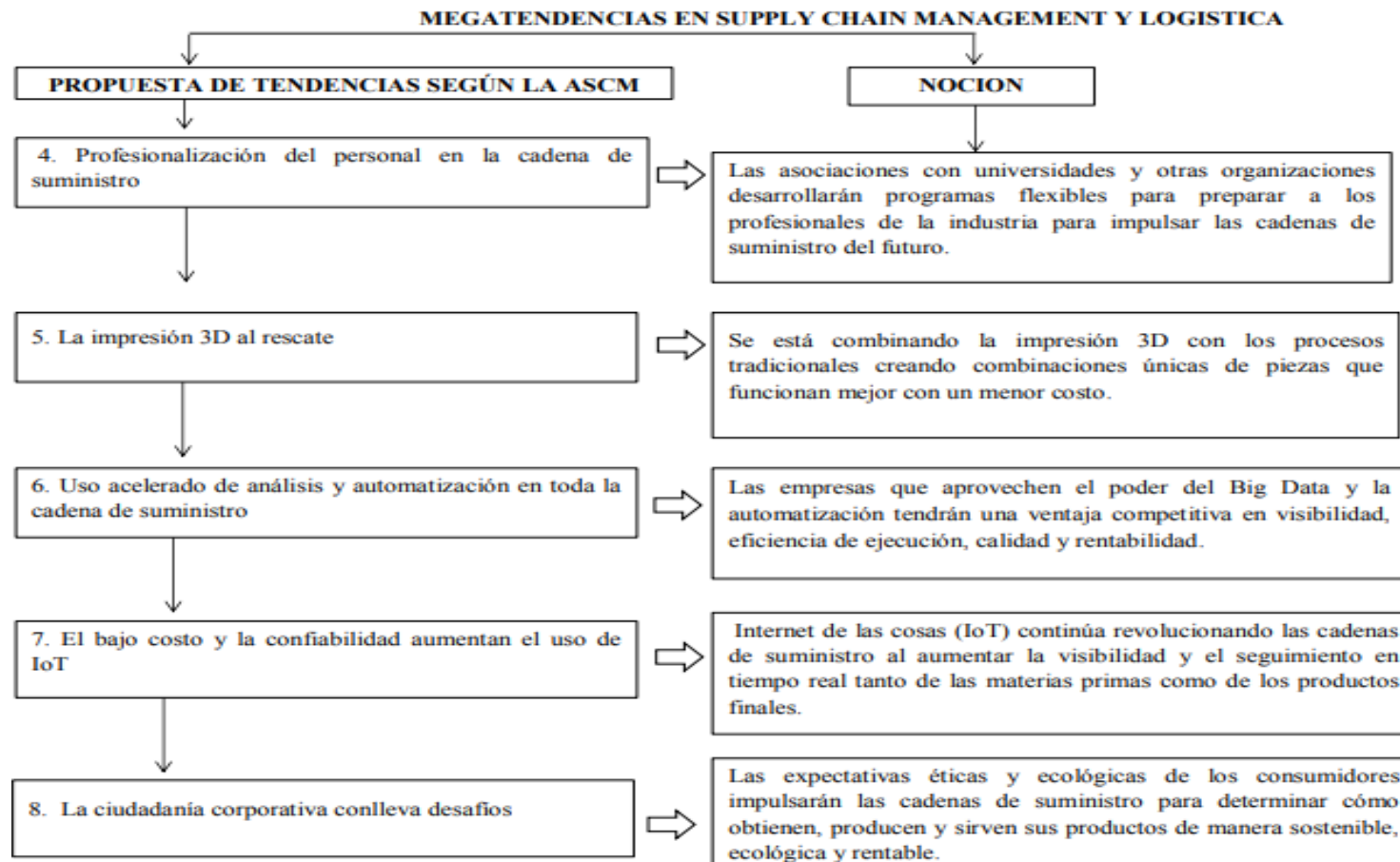
Mapa conceptual Mega tendencias en Supply Chain Management y Logística.



Nota. El mapa representa las mega tendencias en Supply Chain Management y Logística actuales.

Figura 42

Mega tendencias en Supply Chain Management y Logística



Nota. El mapa representa las propuestas de tendencias según la ASCM y su noción

Comentario Relacionado con los Factores Críticos de Éxito que Dificultan la implementación de esas mega tendencias, en las Empresas Colombianas para el Desarrollo de la actividad.

De acuerdo con las nuevas tecnologías y su implementación en los diferentes ámbitos en la actualidad, primeramente es de evidenciar que cualquier tipo de cambio por más positivo que sea va a generar algún tipo de contrariedad, por lo tanto estas nuevas mega tendencias en la actualidad generan roces en determinados ciudadanos, lo que nos lleva a la críticas, del por qué o para qué?, entonces si bien es cierto cualquier tipo de cambio por bueno que sea en un principio no es tan aceptada, de igual manera se resalta la importancia y la aplicación de dichas tecnologías dentro del mercado actual, pero así mismo se debe analizar el contexto en el que vivimos los Colombianos y que no todas las empresas se encuentren en la capacidad de invertir en nuevas estrategias, así como muchas otras empresas que hasta el momento son PYMES, están interesadas a contribuir e implementar dichos recursos, pero en realidad no cuentan con la capacidad económica para realizar dichas estrategias, por lo que existe una brecha en la manera en la que en Latinoamérica puede poner en práctica dichas herramientas, con respecto a países tercermundistas que cuentan con la capacidad económica y de infraestructura para poner a prueba dichas estrategias y de esta manera ponerlas en práctica, comparados con los recursos que posee Colombia. Por lo que el tema de leyes, permisos y demás podríamos determinar que son algunas de las razones por las cuales las empresas no quieren incursionar en el tema de innovación, debido a los altos costos de inversión y que en la actualidad la mayoría de las empresas de Colombia fijan sus esperanzas y estrategias en el precio, más que en la calidad del servicio en sí.

Las Mega tendencias les permiten a los restaurantes ser altamente competitivos para el servicio a la mesa de tal manera que hacen pedido de materia prima en diferentes departamentos de Colombia lo cual son elegidos por su calidad inocuidad teniendo como fin la satisfacción del comensal y mantener una demanda alta para el establecimiento; No obstante para el Restaurante Lucho desea implementar estas mega tendencias para obtener como resultado mejoras en el proceso de la fabricación de un plato a la mesa que cumpla con eficacia y eficiencia. Sin embargo, a raíz de la pandemia a nivel global esta emergencia sanitaria exigió que se actualizara estos cambios más importantes ya que se miró directamente afectada la zona de logística y parte del supply chain dado por el aislamiento y cierre parcial y total de los establecimientos que ofrecían diferentes servicios para la comunidad lo cual hubo un desabastecimiento y pérdida de materia prima total.

Hoy en Día para el Establecimiento se ha sometido a varios cambios en cuanto a la tecnología denominada como mega tendencias ya sea en análisis de datos, transporte autónomo para así someter a desafíos la cadena de suministro y buscar nuevas estrategias saludables con el medio ambiente para así minimizar el impacto ambiental generado por la emisión de gases y residuos no aprovechables y aprovechables que genera el mismo.

Conclusiones

Se concluye de los 10 capítulos trabajados hasta el momento, la importancia que tiene generar un proceso óptimo en la gestión de la cadena de suministro de las empresas, donde se quiere mostrar los beneficios y la utilidad que implica llevar un orden adecuado y establecido en cada proceso de producción de una organización, desde los proveedores, la materia prima, la producción, logística y hasta el cliente final; de esta forma se quiere con este trabajo mostrar la importancia de la Supply Chain Management, como podemos producir nuestros bienes y servicios de una manera más correcta, por medio de técnicas y herramientas que puedan minimizar costos y pérdidas.

El desarrollo de esta actividad fue posible aplicar la teoría del supply chain management y logística para el caso práctico del restaurante Don Lucho, en la cual se encontró, que existen diferentes actividades dentro de la empresa las cuales deben ser modificadas y mejoradas para lograr una mejor efectividad dentro de sus procesos y por ende un mejor rendimiento e incremento en las ganancias, puesto que se eliminarían tiempos muertos, esfuerzos innecesarios, entre otros, además con la aplicación de las nuevas estrategias se lograría consolidar mejor la empresa Restaurante Don Lucho de manera que logre competir y estar al nivel de muchos de los grandes restaurantes a nivel local y departamental que se encuentran prestando sus servicios.

El layout dentro de una organización se considera como el eje fundamental en la planificación de la cadena de suministro, su diseño permite crear ventajas frente a un flujo eficaz y ordenado tanto de mercancía como de productos terminados, equipos, personal a cargo y clientes, todos dentro de un mismo sistema, Éste diseño brinda, gestiona y planifica todo lo relacionado con el almacenamiento de ingredientes perecederos y no perecederos como lo es el Mice En Place O Mep, cocción, emplatado, segregación de residuos para así influir en la

productividad en tamaño pequeño mediano y grande lo cual conlleva al éxito del establecimiento además lograr una mayor adaptabilidad y funcionalidad por parte de los trabajadores y así adquirir la prestación de un buen servicio a la mesa. No obstante, se ha implementado la estrategia de evitar zonas y puntos de congestión, cronograma de mantenimiento preventivo y correctivo de las máquinas y equipos, consideración de mejorar la respuesta oportuna en la atención al cliente y reducir tiempos innecesarios del trabajo o las zonas de operación.

De igual manera, se concluye que el transporte adecuado en una empresa es muy importante, ya sea interno o externos, pues permite la entrega de los bienes y servicios a tiempo, de manera correcta y con la calidad adecuada que el cliente lo requiere, de igual manera, ayuda a que la cadena de suministros pueda cumplir con su objetivo y es llegar a consumidor con productos de calidad; pero, también es importante que se maneje un transporte acertado donde no genere costo y perjudique de alguna u otra manera a la empresa.

La apropiada selección de los proveedores y evaluación de los mismos, permite que la empresa Restaurante Don Lucho tenga un buen control y manejo del sistema de aprovisionamiento de la empresa, por lo que se sugiere a la administración del restaurante tener en cuenta este tipo de instrumentos y herramientas que permiten poder tener una mayor precisión en materia de proveedores y así mismo, poder controlar de manera más eficiente aquellos criterios que la empresa considera importantes y los cuales bajo ningún motivo son negociables, a fin de que se pueda cumplir con la demanda y requerimientos de los clientes, además de tener en cuenta la calidad de los productos (Alimentos) sin sacrificar el precio, de manera que este sea competitivo en el mercado actual.

El análisis en la gestión de los procesos dentro de la cadena de suministro en el restaurante permitió la identificación de los factores determinantes dentro de la ejecución del

SCM, se encontraron ventajas y desventajas dentro del proceso que llevan a cabo ejemplo de eso es que a pesar de ser un restaurante con gran trayectoria y reconocimiento dentro del municipio de Aquitania el desarrollo de sus procesos es algo ambiguo(poco novedoso) y eficiente por lo que la implementación de las estrategias propuestas en desarrollo de trabajo no solo le permitirá ser más eficaz si no por el contrario le ayudara a expandir su mercado, centralizar de una manera más organizada sus procesos e identificar nuevos modos de atracción y satisfacción de nuevos clientes mediante la presentación de estrategias viables cumpliendo así el objetivo para lo cual se desarrolló el SCM dentro de la organización ver toda dimensión las actividades realizadas en su entorno y lograr transformar las capacidades con las que cuenta en procesos alineados y relaciones sólidas a un largo plazo..

Teniendo en cuenta el desarrollo de las fases anteriores se concluye que se logró identificar elaborar y una parte implementar los procesos y cadenas de suministro para el Restaurante Lucho ya que así de esta manera se obtuvo mejoras en los procesos internos de la cadena de producción de un servicio a la mesa basadas en APICS GSCF SCOR gestión de inventarios en la cual busca optimizar espacios, implementar medios y modos de transporte dirigida hacia el comensal, referente al tema del aprovisionamiento el restaurante no contaba con el proceso establecido de evaluación y selección de proveedores y distribuidores mayoristas – minoristas el cual este documento se socializo ante el propietario y jefe inmediato del establecimiento donde el mismo presenta de forma clara y sincrónica la adecuada selección de proveedores y distribuidores para que se evite la interferencia de la cadena de producción; No obstante el TMS y DRP le brinda al establecimiento la toma de decisiones a corto mediano y largo plazo para así reducir costos logísticos y mantener un buen stock en los inventarios del mismo.

Bibliografía

- alamy. (s.f.). *Carretilla de de mano con dos asas y dos ruedas*. Obtenido de <https://www.alamy.es/camion-de-mano-de-metal-vacio-carretilla-de-mano-con-dos-asas-y-dos-ruedas-para-transportar-cajas-de-carton-ilustracion-de-vector-de-color-plano-y-solido-image418510414.html>
- Arias, A. S. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/logistica.html>
- Capitulo 2 Cadenas de suministro*. (s.f.). Obtenido de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/22513/Capitulo2.pdf>
- Castro, S., Gómez, C., & Franco, O. (2009). Selección de proveedores: una aproximación al estado del arte. *Pontificia Universidad Javeriana*, 149.
- Gonzalez, J. R. a. *Evolucion cadenas de suministro*. Obtenido de https://unadmexico.blackboard.com/bbcswebdav/institution/DCEIT/2016_S1-B2/LT/02/LCSU/U1/U1.Introduccion_a_la_cadena_de_suministro.pdf
- González, Javier Rodríguez. (s.f.). *Evolución del concepto de cadena de suministro*. Obtenido de <http://www.imt.mx/archivos/Publicaciones/PublicacionTecnica/pt215.pdf>
- Homecenter. (s.f.). *Carro mercado Zincado*. Obtenido de https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/161376/carro-mercado-zincado-gris/161376/?kid=bnnext1031774&shop=googleShopping&gclid=Cj0KCQiAgOefBhDgARIsAMhqXA4U7tqCGvTxr5eAuCmZu-xzM_i3m-hdQn84kkXeRYY_LoHQcmefSZ8aAvZTEALw_wcB
- Logisfashion. (5 de Febrero de 2020). *La logística inversa como fuente de ventaja para las empresas*. Obtenido de *Cómo afrontar de manera eficiente la logística inversa y la gestión*

de las devoluciones.: <https://www.logisfashion.com/es/logistica-inversa-como-fuente-de-ventajas-para-las-empresas/>

Meetlogistics. (02 de Febrero de 2020). Obtenido de <https://meetlogistics.com/cadena-suministro/definicion-cadena-de-suministros/>

Shutterstock. (s.f.). *Imágenes libres de regalías de mensajeros en moto*. Obtenido de <https://www.shutterstock.com/es/search/mensajero-en-moto>

Sumicali. (2019). *Estibadora hidráulica manual*. Obtenido de <https://www.sumicali.com/producto/estibadora-hidraulica-manual-i-lift-hp251>

TrafimarLogistics. (19 de 11 de 2021). *Modelo Scor*. Obtenido de <https://www.trafimar.com.mx/blog/modelo-scor-que-es-y-como-aplicarlo-en-la-cadena-de-suministro>

Anexos

Anexo A

Instrumento estrategia de gestión de los inventarios para la empresa

<u>ENTREVISTA MANEJO Y GESTIÓN DE INVENTARIOS EMPRESA RESTAURANTE LUCHO</u>	
Nom <i>bre:</i>	Néstor Samuel Barón Pirazan
Carg <i>o:</i>	Ingeniero. Área de almacenamiento
Fech <i>a:</i>	15 de Diciembre de 2022
<p>La siguiente encuesta tiene como objetivo obtener información relevante acerca del manejo de la gestión de Inventarios en la empresa Restaurante Lucho, con el fin de proponer mejoras al mismo de manera que se realice de una forma más eficiente.</p>	
PREGUNTAS	
	<p>¿En La empresa Restaurante Lucho se lleva un registro ordenado de entradas y salidas de productos?</p> <p><input type="checkbox"/> Si</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>
	<p>¿Existe una política de capacitación para el personal que labora en la gestión y operación del almacenaje?</p> <p>Sí No ____</p>
	<p>¿Existe comunicación entre las personas encargadas de la logística de inventarios (quien recibe los pedidos ingreso al sistema) que permita tener una gestión de inventarios altamente eficiente)</p> <p>1. ____ Sin comunicación</p> <p>2. ____ Poca comunicación</p> <p>3. ____ Medianamente existe comunicación</p> <p>4. ____ Comunicación alta</p> <p>5. ____ Totalmente integrada la comunicación.</p>

	<p>¿La actividad de almacenaje se administra totalmente centralizada?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ___ Totalmente centralizado 2. ___ Tiende a centralizado 3. ___ Una combinación de centralización y descentralización 4. ___ Tiende a descentralizado 5. ___ Totalmente descentralizado
	<p>¿El personal encargado de los inventarios cuentan con un perfil operativo, de control y atención que se dedicado a la gestión y operación del inventario que asegure el éxito de la empresa?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 ___ Ninguno cumple con el perfil operativo 2 ___ Algunos cumplen con el perfil operativo 3 ___ Muchos cumplen con el perfil operativo 4 ___ La mayoría cumplen con el perfil operativo 5 ___ Todos cumplen con el perfil operativo
	<p>¿La empresa ha definido objetivos, políticas, normas y procedimientos de forma clara sobre la gestión de inventarios?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 ___ No se han definido 2 ___ Se tienen definidos 3 ___ Se definieron, pero no son coherentes 4 ___ se definen y se aplican 5 ___ se definen permanentemente
	<p>¿los procesos relacionados en control y gestión de inventarios se encuentran totalmente documentados para que el personal esté actualizado constantemente?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 ___ No se documenta 2 ___ Se documentan poco 3 ___ Se documentan con mucha frecuencia 4 ___ Se documentan mucho 5 ___ Se documentan permanentemente
	<p>¿Existen productos que no rotan desde hace más de seis meses en los almacenes de las empresas socias y que están directamente relacionados con el negocio?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 ___ Hay muchos productos (más del 60%) que no rotan desde hace más de 6 meses 2 ___ Entre el 30 y el 60% 3 ___ Entre el 10 y 30% no rota desde hace más de 6 meses 4 ___ Menos del 10% no rota desde hace más de 6 meses 5 ___ No hay ninguno
	<p>¿se realizan pedidos de forma objetiva y de acuerdo con la demanda real de productos</p> <p>Sí ___ No ___</p>

0	<p>Periodo de realización de control de inventarios por parte de las directivas y personal encargado de la gestión de inventarios</p> <p>1 ___ no se hacen control de inventarios 2 ___ una (1) revisiones al año 3 ___ dos (2) revisiones al año 4 ___ una cada mes 5 ___ seis (6) cada año</p>
1	<p>¿La empresa Restaurante Lucho lleva un control de inventario de materia prima utilizada en la fabricación del proceso de impermeabilización?</p> <p><input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No</p>
2	<p>¿La gestión de los almacenes cuenta en la administración de sus inventarios apoyo de algún software o sistema informático que permita tener organizada la información?</p> <p>1 ___ Totalmente manual 2 ___ Manual en su mayoría 3 ___ Una combinación de manual y sistema informático 4 ___ software en su mayoría</p>
3	<p>¿Se maneja en la empresa algún tipo o modelo de inventario en el manejo de los productos? ¿Cuál?</p> <p><input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No</p>
4	<p>¿Existe algún tipo de clasificación de los productos ofertados?</p> <p><input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No</p>
5	<p>¿cada uno de los productos del inventario cuentan con identificación único que permitan identificarlos de forma inmediata para brindar servicio más ágil y eficiente al cliente.</p> <p>1 ___ No se utilizan 2 ___ Se utilizan en la minoría de las cargas 3 ___ Se utilizan en un 50% 4 ___ Se utilizan en la mayoría de las cargas 5 ___ Se utilizan en todas las cargas</p>
6	<p>¿La información es ampliamente compartida por todas las dependencias de la Empresa, y entre esta y la Dirección General para tomas decisiones de planeación?</p> <p>1 ___ No compartida 2 ___ Poco compartida 3 ___ Selectivamente compartida 4 ___ Muy compartida selectivamente 5 ___ Totalmente compartida</p>

7	<p>¿Disponen los responsables de la gestión de inventarios una información oportuna, real y eficiente de la salida de productos para la toma de decisiones?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 ____ Nunca 2 ____ En muy pocos casos 3 ____ En algunos casos 4 ____ Casi siempre 5 ____ Siempre
8	<p>¿Las operaciones de gestión y control de inventarios provocan interrupciones o esperas en las actividades de aprovisionamiento, distribución o comercialización o ejecución de proyectos de impermeabilización ?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ____ Muchas Interferencia 2. ____ Bastantes Interferencias 3. ____ Interferencias 4. ____ Pocas interferencias 5. ____ Ninguna interferencia
9	<p>¿La Empresa utiliza un sistema formal de indicadores para caracterizar y controlar la eficiencia y efectividad de la gestión de inventarios y lo utiliza sistemáticamente como base para adoptar planes de acción para cumplir los planes y mejorar el estado financiero y evitar la pérdida de inventario</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ____ No existe 2. ____ Existe y poco se utiliza 3. ____ Existe y su utilización es aceptable utilización 4. ____ Existe y se utiliza significativamente 5. ____ Existe y se utiliza permanente y efectivamente.

Anexo B*Instrumento de medición restaurante Don Lucho***Instrumento de medición Restaurante Don Lucho****Forma en que la empresa gestiona su proceso de aprovisionamiento.**clau12324@gmail.com (no compartidos) [Cambiar de cuenta](#)

¿Cargo que desempeña en la empresa?

Elige

¿Se disponer de espacios específicos para el almacenamiento de las existencias mientras éstas son solicitadas por los consumidores?

Si

No

¿La empresa tiene en cuenta la previsión de la demanda?

Si

No

¿En las compras de materia prima se tiene en cuenta los precios, la calidad y la cantidad que se debe comprar?

Elige

Sitio donde se almacenan los productos. ¿Este cuenta con un sistema y orden adecuado que permita la facilidad y el correcto desarrollo de las actividades de la empresa (producción, distribución o, venta) ?

Sí

No

¿En la empresa se realiza controles de inventario adecuado en los tiempos estipulados para poder hacer aprovisionamientos de manera correcta?

Sí

No

Algunas veces

¿Se coordina de forma adecuada las compras y la logística para que el aprovisionamiento sea el indicado cuando se atiende la demanda de clientes?

Si

No

En ocasiones

¿Qué control de inventario se lleva en la empresa?

Elige

¿La logística de transporte que se maneja en la empresa para abastecer, producir y comercializar es adecuada para asegurar que llegue de manera precisa los productos al cliente?

Si

No

Se requiere de un mejor transporte

En la empresa se maneja Stock de seguridad para la demanda inesperada de clientes o retrasos en las entregas de los proveedores?

Si

No

¿La materia prima que se compra para poder disponer de los productos necesarios en las cantidades necesarias cada cuanto se hace?

Diario

Semanal

Quincenal

Mensual

Todas las anteriores

Enviar

Anexo C

Cuadro Sinóptico Elementos Fundamentales del Documento 3547

