Propuesta de Supply Chain Management y Logística para la empresa Groupe SEB

Integrantes:

Eduard Lisandro Pinto Caleño

Nelson Andrés Albarracín

Yeni Alexandra Viafara

Edi Paola Hernandez Aguirre

Yor Leydi Sierra

Presentado a:

Guillermo Peñaranda

(Tutor)

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD
Diplomado de Profundización en Supply Chain Management y Logística
Opción de Grado

Tabla de contenido

Introducción 9

Abstract.....10

Objetivos del trabajo 11

Objetivo General 11

Objetivos específicos.....11

Configuración de la red de suministro para la empresa Groupe Seb 12

Presentación de la empresa Groupe Seb.....13

Conceptualización y contextualización 13

Análisis de la configuración de la red de suministro de la empresa Groupe Seb.....14

Procesos según enfoque del Global Supply Chain Forum.....41

Conceptualización y contextualización 41

Identificación y aplicación de los 8 procesos estratégicos en la empresa Groupe Seb 43

Procesos según enfoque de APICS-SCOR 58

Conceptualización y contextualización 58

Identificación e implementación de los 6 procesos según APICS - SCOR en la empresa.....59

Identificación de los flujos en la Cadena de Suministro de la empresa Groupe Seb 79

Conceptualización y contextualización 79

Análisis de los flujos en la Cadena de Suministro de la empresa Groupe Seb.....79

Colombia y el LPI del Banco Mundial 84

Cuadro comparativo con base en el LPI (Índice de desempeño logístico) del banco mundial entre Colombia y chile 84

El Efecto Latigo (The Bullwhip Effect).....87

Demand-forecast updating (Actualización de la previsión de la demanda) 87
Order batching (Ordenar por lotes) 88
Price fluctuation (Fluctuación de precios) 89
Shortage gaming (Juegos de escasez) 91
Gestión de Inventarios 92
Conceptualización y contextualización 92
Análisis de las ventajas y desventajas de centralizar o descentralizar los inventarios de la empresa Groupe Seb 102
Modelo de gestión de inventarios recomendado para la empresa Groupe Seb 103
Pronósticos de la demanda de la empresa Groupe Seb 104
El layout para el almacén o centro de distribución de la empresa Groupe Seb 105
Conceptualización y contextualización 106
Situación actual del almacén o centro de distribución de la empresa Groupe Seb 107
Propuesta de mejora en el almacén o centro de distribución de la empresa Groupe Seb 115
El aprovisionamiento en la empresa Groupe Seb 120
Conceptualización y contextualización 120
Modos y medios de transporte utilizados por groupe seb 120
Análisis de los resultados obtenidos con el instrumento de diagnóstico 132
Mega Tendencias en Supply Chain Management y Logística 148
Conceptualización y contextualización 148
DRP" (Distribution Requirements Planning) 155
Comentarios relacionados con los factores críticos de éxito que dificultan la implementación de esas mega tendencias en las empresas colombianas 157

Edith Paola Hernández 157
Yeni Alexandra Viafara 157

Eduard Lisandro Pinto 158

Yor Leydi Sierra Hernández 159

Nelson Andres Albarracin Niño 159

Conclusiones 161

Bibliografía 164

Tabla de ilustraciones

Ilustración 1 Impacto Financiero 32

Ilustración 2 Red Estructural Gropupe Seb 34

Ilustración 3 Logistica de entrada 35

Ilustración 4 Estructura Horizontal 37

Ilustración 5 Enfoque GSCF 42

Ilustración 6 Estrategias para generar relaciones y valor para los clientes 43

Ilustración 7 Gestion Del Servicio Al Cliente 46

Ilustración 8 Administracion en Grupe Seb 47

Ilustración 9 Orden de Cumplimiento 48

Ilustración 10 Satisfaccion del cliente 49

Ilustración 11 Gestion de Flujos 50

Ilustración 12 Aprovisionamiento 51

Ilustración 13 Productos 52

Ilustración 14 Tecnologia 52

Ilustración 15 Imusa productos 53

Ilustración 16 Redes sociales 53

Ilustración 17 Oportunidad de Mejora 54

Ilustración 18 Aplicación de metodología 54

Ilustración 19 Prioridades 55

Ilustración 20 segmentos 57

Ilustración 21 Planificacion y forescasting 59

Ilustración 22 Gestion del Stock 75

Ilustración 23 Gestion de Almacenes 77

Ilustración 24 Flujo de la Informacion 81

Ilustración 25 Flujo de Movimientos 82

Ilustración 26 Flujo del Producto 83

Ilustración 27 Desempeño Logistico 86

Ilustración 28 Items LPI 86

Ilustración 29 Programacion 99

Ilustración 30 Esquema 101

Ilustración 31 Planeación estrategica 103

Ilustración 32 Layout 106

Ilustración 33 Lineas de producción 110

Ilustración 34 Simbologia 114

Ilustración 35 Propuesta Layout 116

Ilustración 36 Programacion Generalizada 117

Ilustración 37 Propuesta de Almacen 118

Ilustración 38 Transport Management System (TMS) 131

Ilustración 39 Resultados de Chequeo 135

Ilustración 40 Resultado General 136

Ilustración 41 Tipos de vehiculos para la distribución 152

Ilustración 42 DRP 155

Ilustración 43 Megatendencias en Supply chain management y logistica 156

Indice de tablas

Tabla 1 Miembros de la Red 14

Tabla 2 Volumen de compra 21

Tabla 3 Dependencia 22

Tabla 4 Riesgo operacional 22

Tabla 5 Proveedores 22

Tabla 6 Riesgosuministros 31

Tabla 7 Segmentación 31

Tabla 8 Categoria de clientes..... 32

Tabla 9 Volumen de compra 33

Tabla 10 Compra / Proveedores 36

Tabla 11 Clientes..... 36

Tabla 12 Proceso de distribución..... 68

Tabla 13 Indice desempeño 84

Tabla 14 Solicitud de Pedido..... 93

Tabla 15 Stock de Materias Primas 94

Tabla 16 Proceso de Compra..... 97

Tabla 17 Solicitud de Pedido..... 104

Tabla 18 Lineas de Producto 110

Tabla 19 Linea Ventiladores..... 111

Tabla 20 Proceso de almacenamiento..... 112

Tabla 21 Demanda..... 113

Tabla 22 Simbolos..... 113

Tabla 23 Tiempos 116

Tabla 24 Cuestionario de Gestion 137

Tabla 25 Resultados 145

Tabla 26 Competencias 146

Introducción

El presente trabajo pretende mostrar al lestor la importancia, aplicación y correcto manejo del Supply Chain Management y la logística en una empresa selecciónada que para nuestro caso en particular será Groupe Seb. Empresa la cual se desempeña en la actualidad en el sector manufacturero ofreciendo productos a sus consumidores como pequeños electrodomésticos y confort para el hogar.

A partir de esto se podrá observar de una forma muy analítica, organizada y con un enfoque investigativo el desarrollo del Supply Chain Magement en cada una de sus diferentes etapas y aplicado a la empresa enfoque del trabajo, el cual fue realizado y concertado por un equipo de trabajo que busca mostrar la importancia que tiene dicha metodología para las empresas a la hora de querer coordinar de una mejor mnera la trasferencia de sus materiales, el correcto control de los trasportes y su distribución, el aceso y control de los proveedores, pero sobre todo lograr gestionar de la mejor manera posible los inventarios y sus stock.

Abstract

The main purpose of this investigative work is to be able to show its readers the main bases on which Supply Chain Management and logistics are segmented as essential tools for industries and their production processes, all based on wanting to achieve improvements in the different logistics and commercial.

Based on this argument, we hope to be able to demonstrate, through well-structured research bases, the importance, application and control of Supply Chain Management and logistics, which take as a point of reference a company in the industrial sector called Groupe SEB. Manufacturing company that is currently dedicated to offering products to consumers such as small appliances and comfort for the home.

Generating a point of reference that will allow us to capture in a very analytical way, the correct development of Supply Chain Management in each of its different stages of development, to later be translated into work tools applied to the company as a study approach, leaving in evidence the importance of this methodology for companies when it comes to wanting to better coordinate the transfer of their materials, the correct control of transport and its distribution, the access and control of suppliers, but above all to manage inventories and their stock in the best possible way.

Objetivos del trabajo

Objetivo General

Determinar la importancia Supply Chain Management y la Logística para el desarrollo comercial y estructural de las organizaciones.

Selecciónar y aplicar a una empresa la metodología del Supply Chain Management y la Logística, dejando ver al detalle los beneficios comerciales y económicosque esto le genera a las organizaciones para poder ser cada vez mas competitivas.

Objetivos específicos

Determinar cada uno de los procesos productivos de la empresa mediante surelación con el (GSCF) y analisar su impacto a nivel industrial y comercial.

Verificar el estado de la cadena de suministros de la empresa seleccionadamediante el enfoque y la apliacion del método Apics – Scor

Demostrar las ventajas competitivas que puede adquirir la empresa con el correctomanejo del Supply Chain Management y la logística, deacuerdo con su funcionamiento actual.

Evaluar el layou actual de la empresa y determinar mejoras que ayuden aoptimizar los espacios, equipos, mano de obra, flujo de la información y materiales.

Configuración de la red de suministro para la empresa Groupe Seb

En la implementación del desarrollo y control del Supply Chain Management y la Logística para la organización se a comprendido la individualización de sus proveedores y la transición a un proceso de comunicación cada vez mas acertivo, con el fin de mejorar cada uno de los procesos logísticos de cada área de la empresa y lograr determinar las nesecidades e importancia de cada uno de los proveedores.

La finalidad de dicha metodología es que la empresa logre determinar el valor agregado al que representa cada proveedor dentro de su cadena de suministros, para que de tal manera sean integrado a un proceso de control y mejora de los resultados que valla enfocado principalmente al proceso de mejora continua, de tal manera que con el tiempo pueda ser determinado mediante un control de los resultados productivo y comerciales para que llevaran a la empresa una estancia cada vez más competitiva.

Dicha finalidad es determinada gracias a la correcta identificación de la red de valor de la organización y su desarrollo de estudio interno, que permite lograr determinar si esta siendo ejecutada de manera eficiente y los datos arrojados mediante su control son asertivos o se deben realizar nuevos procesos de evaluación para la toma acertada de decisiones.

Presentación de la empresa Groupe Seb

Groupe Seb es una compañía de orígenes Frances fundada en 1857 y abarcada por una gran reseña histórica que le ha permitido contar en la actualidad con participación comercial en más de 150 países.

Groupe Seb, ubica su casa matriz en el Km 40 Autopista Medellin-Bogota Vereda Galicia Rionegro Antioquia, adicionalmente cuenta con una cede productiva en Cajicá Cundinamarca.

Su principal desarrollo comercial se basa en la fabricación de pequeños electrodomésticos de cocina y equipos de confort para el hogar, siendo reconocida a nivel nacional y mundial por marcas como Imusa, Samurai, Tefal, Molinex, Unco entre otras. Adicionalmente se consolida como líder numero 1 a nivel nacional en la distribución comercialización y venta de Ventiladores marca Samurai lo cual le genera una gran ventaja competitiva en los diferentes mercados.

Groupe Seb se ha caracteriza por su gran trabajo administrativo, comercial y competitivo logrando atraer clientes y proveedores para trabajar de la mano en el fortalecimiento de sus cadenas de suministros y seguir creciendo a nivel nacional e internacional. Sus principales fuentes de suministro son los polímeros plásticos, el cartón, los desarrolladores de cuchillas, los distribuidores de vasos soplados a base de fibra de vidrio y los distribuidores de motores.

Conceptualización y contextualización

Groupe seb es una de las empresas mas reconocidas en el país por su gran compromiso con la calidad, la innovación y el medio ambiente. En la actualidad cuenta con marcas como

Samurai, Imusa, T-fal, Unco, Molinex, Krus entre otra mas que le han permitido llegar a posicionarce en el mercado como la elección numero uno de los consumidores en venta de ventiladores, logrando ingresos netos por ventas del 9,12% y un margen operaciónal del 17,82%.

Análisis de la configuración de la red de suministro de la empresa Groupe Seb

Para groupe seb su red de suministros se basa principal mente en el correcto control y manejo operativo de sus proveedores clientes y trasportadores quienes son la base fundamental para lograr que cada uno de los objetivos propuestos a nivel administrativos se lleguen a cumplir de la mejor manera y sin afectar la confianza de los clientes y consumidores.

Miembros de la red a la cual pertenece la empresa Groupe Seb

Tabla 1
Miembros de la Red
Fuente: Elaboración Propia

Proveedores	Volumen De Compra 2021
Imasa	5,14%
Whitford Do Brasil Ltda	4,62%
Ateco S.A.S	4,14%
Pdt Productos De Termofijo S.A.S	4,03%
Petroquim S.A	2,59%
Cajasprint S.A.	2,52%
Firozabad Glass Shell Industries	2,45%
Empaques Industriales De Colombias.	2,18%

Proveedores	Volumen De Compra 2021
Braskem S.A.	2,01%
Braskem S.A Sucursal Colombiana	1,98%
Hebei Bozheng Glasswork Co.Ltd.	1,83%
Concord Resources Ltd	1,73%
Silicaucho S.A.	1,51%
Maymouth Sa	1,47%
Proveedor Metalmecanica Ltd Proveme	1,33%
Glencore	1,26%
Quimicos Y Plasticosi Ndustriales S	1,25%
Gricol S.A.	1,24%
Industria Papelera Indugevi S.A	1,18%
La Termoplastic F.B.M. Srl.	1,15%
Propulsora S.A.	1,13%
Corrugraf S.A.S	1,03%
Empacor S.A.	1,00%
Inferteq Industria E Comercio De Et	0,95%
Exicarton S.A.	0,92%
Qp Trading	0,82%
Alumetales Sas	0,79%
Manufacturera Conecel S.A. De C.V.	0,76%
Muehlstein	0,73%

Proveedores	Volumen De Compra 2021
Ideplas Ltda	0,59%
Tipalma S.A.S.	0,49%
Concuero S.A	0,49%
Fotomontajes S.A.S.	0,47%
Ames Group Sintering, S.A.	0,46%
Plasticos Rio Santa S.A.	0,46%
Coalya S.A.S	0,45%
Industrias De Acero S.A.	0,43%
Sinyetec S.A.S	0,43%
M S A Distribuciones Ltda	0,39%
Elastomeros Y Plasticos Contreras Y	0,39%
Moulinex	-
Forjas Bolivar S.A.S.	0,36%
Fgt S.A.S	0,35%
Entec Polymers	0,35%
Papeles Y Cartones S.A Papelsa	0,35%
Clariant Plastics & Coatings (Colom	0,34%
Cartonajes Troquelados S.A.S	0,33%
Akeo Industrial Ltda	0,32%
Lamp Srl	0,31%
Adichem Sas	0,30%

Proveedores	Volumen De Compra 2021
Industrias Cato S.A.	0,30%
Engereus Do Brasil Eng. Ind. Eletro	0,28%
Inpropelsa Colombia Ltda	0,28%
Dispel Distribuidora Pelex S.A.	0,27%
Gestion & Medios Publicidad Sas	0,27%
Mar-Girius Continental I.C.E Ltda	0,27%
Codiplax S.A	0,24%
Tefal Usine De La Fully	0,24%
Productora De Formas Continuas S.A.	0,23%
Ricarlo S.A.S.	0,23%
Pointer Investment (H.K.) Ltd.	0,23%
Carton De Colombia S.A.	0,22%
Termolar	0,24%
Comercializadora Alumjoluer S.A.S	0,21%
Vinmar Overseas, Ltd	0,21%
Ablek Technology Ltd.	0,21%
Ajover S.A.	0,20%
3 M. Colombia S.A.	0,19%
Etiquetas E Impresos Graficos S.A	0,18%
Industrias Cadi S.A.	0,18%
Plasticos La Hogareña Bustos Y Cia.	0,17%

Proveedores	Volumen De Compra 2021
H Y H Fundiciones S.A.S.	0,17%
Aamor Inox Limited	0,17%
Compounding And Masterbatching	0,16%
Bohler-Uddeholm Precision St	0,15%
Plastilene S.A	0,15%
A Y B Industrial Y Comercial Ltda	0,15%
Riox Industrias Metaloelectricas	0,14%
Industria E Comercio De Moldados Em	0,13%
Styrolution Gmbh	0,13%
Olney Remeplas Bogota Ltda	0,13%
Acma Ltda.	0,12%
Beiplas S.A.S	0,12%
Lopez Giraldo Ricardo	0,11%
Prodecar S.A.S	0,11%
Arcolor S.A.S	0,11%
Vinmar International, Ltd	0,11%
Industrias Herpe Ltda	0,11%
Servypellet S.A.S	0,10%
Plasticos Truher S.A.	0,10%
IML Mexico S.A. De CV	0,10%
M & V. Asociados Ltda	0,09%

Proveedores	Volumen De Compra 2021
Zhejiang Supor	0,09%
Ideapack S.A.S	0,08%
MRP Industria E Comercio Ltda	0,08%
Iprocom S.A	0,07%
Espumlatex	0,07%
Alta Gama Profesional	0,06%
Averydennisonretailnformationservic	0,06%
Camilo Alberto Mejia & Cia S.A.S.	0,06%
Ingepack S.A.S.	0,05%
Servibarras S.A.S.	0,05%
Centro Industrial Selloempaques Sas	0,05%
Offset Grafico Editores S.A	0,05%
Entec De Colombia Sas	0,05%
Icolgraf Impresores S.A.S.	0,05%
Image Express S.A.	0,05%
Copave Artefatos De Borracha Ltda.	0,05%
Xcada Enterprises.Inc	0,04%
Lineas Y Graficos S.A.	0,04%
Inferex Ltda.	0,03%
Industrias Beba Ltda	0,03%
Ricol Sas	0,03%

Proveedores	Volumen De Compra 2021
Alico S.A.	0,03%
Plastic Films Internacional S.A.	0,03%
Siplast S.A.S	0,02%
Equielect S.A.S.	0,02%
Almacenes Gutemberto Sas	0,02%
Baquelite Suzano Eirili	0,02%
Divicarton S.A.S	0,02%
J.C Resortes S.A.S.	0,02%
Sareteknika Serv. Globales De Posve	0,02%
Etude Développement Injection Plast	0,02%
Colarquim	0,02%
Gonzalez Arango Daniplast Y Cia	0,02%
Unilat Sas	0,02%
Tecnica De Conexiones	0,02%
Arcoli S.A.S.	0,01%
Plast Innova S.A	0,01%
Alberto Duarte Forero Y Cia. Ltda	0,01%
Sumicolor S.A.	0,01%
Polimeros Tecnicos Sa	0,01%
Anquimico S.A.	0,01%
Plasticos Salfer Ltda	0,01%

Proveedores	Volumen De Compra 2021
Aislapor Sas	0,01%
Karton Sas	0,01%
Etiquetas Cintas Y Calcom. Top Flig	0,01%
Esquiplast Zona Franca S.A.S	0,01%
Plastiques Du Val De Loire S.A.	0,01%
Industrias Metalicas Gol S.A.	0,01%
Coloroffset S.A	0,01%

Nota: Grupo de proveedores de la empresa valorados y distribuidos según sus características e impacto. Fuente: Empresa Groupe Seb

Tabla 2
Volumen de compra
Fuente: Elaboración Propia

Volumen de Compra			
<	0,30%	1	Baja
<	0,90%	3	Baja Media
<	1,00%	4	Alta Media
>	2,00%	5	Alta

Nota: Esquema de valoración de compra según porcentaje de intervención dentro de la empresa y su necesidad.

Tabla 3
Dependencia
Fuente: Elaboración Propia

	Dependencia
3 o más Proveedores	1
2 a 3 Proveedores	3
Único Proveedor	5

Nota: Esquema de valoración de compra según porcentaje de intervención dentro de la empresa y su necesidad.

Tabla 4
Riesgo operacional
Fuente: Elaboración Propia

	Riesgo Operacional
Bajo	1
Medio	3
Alto	5

Nota: Riesgo operaconal determinado mediante el numero de proveedores que pueden existir para cierta referencia de productos dentro de la empresa.

Tabla 5
Proveedores
Fuente: Elaboración Propia

Proveedor	Dependencia	Riesgo Operacional
Seb Asia Ltd	#N/D	#N/D

Proveedor	Dependencia	Riesgo Operacional
Changshu Sinometal Metallic Materia	3	1
Viet Nam Fan Joint Stock Company	3	1
Polipropileno Del Caribe S.A	3	1
Imasa	3	1
Whitford Do Brasil Ltda	5	1
Ateco S.A.S	1	3
Pdt Productos De Termofijo S.A.S	3	3
Petroquim S.A	3	1
Cajasprint S.A.	1	5
Firozabad Glass Shell Industries	5	3
Empaques Industriales De Colombias.	3	5
Braskem S.A.	3	1
Braskem S.A Sucursal Colombiana	3	1
Hebei Bozheng Glasswork Co.Ltd.	3	1
Concord Resources Ltd	3	1
Silicaucho S.A.	3	3
Maymouth Sa	3	1
Proveedor Metalmecanica Ltd Proveme	5	3
Glencore	3	1
Quimicos Y Plasticosi Ndustriales S	3	1

Proveedor	Dependencia	Riesgo Operacional
Gricol S.A.	5	3
Industria Papelera Indugevi S.A	1	5
La Termoplastic F.B.M. Srl..	3	1
Propulsora S.A.	1	3
Corrugraf S.A.S	1	1
Empacor S.A.	1	5
Inferteq Industria E Comercio De Et	5	3
Exicarton S.A.	1	3
Qp Trading	3	1
Alumetales Sas	1	3
Manufacturera Conecel S.A. de C.V.	3	1
Muehlstein	3	1
Ideplas Ltda	3	3
Tipalma S.A.S.	1	1
Concuero S.A	5	3
Fotomontajes S.A.S.	1	1
Ames Group Sintering, S.A.	5	3
Plasticos Rio Santa S.A.	3	1
Coalya S.A.S	1	3
Industrias De Acero S.A.	5	5

Proveedor	Dependencia	Riesgo Operacional
Sinyetec S.A.S	5	5
M S A Distribuciones Ltda	3	1
Elastomeros Y Plasticos Contreras Y	5	3
Moulinex	#N/D	#N/D
Forjas Bolivar S.A.S.	5	5
Fgt S.A.S	3	1
Entec Polymers	3	1
Papeles Y Cartones S.A Papelsa	1	1
Clariant Plastics & Coatings (Colom	3	1
Cartonajes Troquelados S.A.S	1	3
Akeo Industrial Ltda	1	1
Lamp Srl	5	1
Adichem Sas	3	1
Industrias Cato S.A.	5	1
Engereus Do Brasil Eng. Ind. Eletro	5	3
Inpropelsa Colombia Ltda	1	3
Dispel Distribuidora Pelex S.A.	1	1
Gestion & Medios Publicidad Sas	3	5
Mar-Girius Continental I.C.E Ltda	1	3
Codiplax S.A	3	3

Proveedor	Dependencia	Riesgo Operacional
Tefal Usine De La Fully	#N/D	#N/D
Productora De Formas Continuas S.A.	3	3
Ricarlo S.A.S.	3	3
Pointer Investment (H.K.) Ltd.	3	1
Carton De Colombia S.A.	1	1
Termolar	#N/D	#N/D
Comercializadora Alumjoluer S.A.S	3	1
Vinmar Overseas, Ltd	3	1
Ablek Technology Ltd.	1	1
Ajover S.A.	1	3
3 M. Colombia S.A.	1	1
Etiquetas E Impresos Graficos S.A	1	3
Industrias Cadi S.A.	3	1
Plasticos La Hogareña Bustos Y Cia.	1	3
H Y H Fundiciones S.A.S.	1	3
Aamor Inox Limited	1	1
Compounding And Masterbatching	3	1
Bohler-Uddeholm Precision St	3	1
Plastilene S.A	1	1
A Y B Industrial Y Comercial Ltda	1	1

Proveedor	Dependencia	Riesgo Operacional
Riox Industrias Metaloelectricas	3	1
Industria E Comercio de Moldados Em	1	1
Styrolution Gmbh	5	1
Olney Remeplas Bogota Ltda	1	3
Acma Ltda.	3	3
Beiplas S.A.S	1	3
Lopez Giraldo Ricardo	3	3
Prodecar S.A.S	1	3
Arcolor S.A.S	1	3
Vinmar International, Ltd	3	1
Industrias Herpe Ltda	1	3
Servypellet S.A.S	3	1
Plasticos Truher S.A.	3	1
IML Mexico S.A. De CV	3	5
M & V. Asociados Ltda	3	3
Zhejiang Supor	5	1
Ideapack S.A.S	1	3
MRP Industria E Comercio Ltda	1	5
Iprocom S.A	5	5
Espumlatex	5	1

Proveedor	Dependencia	Riesgo Operacional
Alta Gama Profesional	3	3
Averydennisonretailnformationservic	1	1
Camilo Alberto Mejia & Cia S.A.S.	5	1
Ingepack S.A.S.	3	5
Servibarras S.A.S.	1	5
Centro Industrial Selloempaques Sas	1	1
Offset Grafico Editores S.A	1	3
Entec De Colombia Sas	3	1
Icolgraf Impresores S.A.S.	1	3
Image Express S.A.	1	3
Copave Artefatos De Borracha Ltda.	5	1
Xcada Enterprises.Inc	3	1
Lineas Y Graficos S.A.	1	3
Inferex Ltda.	3	1
Industrias Beba Ltda	3	1
Ricol Sas	1	1
Alico S.A.	1	1
Plastic Films Internacional S.A.	1	1
Siplast S.A.S	3	3
Equielect S.A.S.	1	1

Proveedor	Dependencia	Riesgo Operacional
Almacenes Gutemberto Sas	3	5
Baquelite Suzano Eirili	1	1
Divicarton S.A.S	1	3
J.C Resortes S.A.S.	1	5
Sareteknika Serv. Globales De Posve	5	5
Etude Développement Injection Plast	1	1
Colarquim	1	1
Gonzalez Arango Daniplast Y Cia	3	1
Unilat Sas	1	1
Tecnica De Conexiones	1	1
Arcoli S.A.S.	3	1
Plast Innova S.A	3	1
Alberto Duarte Forero Y Cia. Ltda	1	1
Sumicolor S.A.	3	1
Polimeros Tecnicos Sa	3	1
Anquimico S.A.	1	1
Plasticos Salfer Ltda	1	1
Aislapor Sas	1	1
Karton Sas	1	3
Eterna S.A.	3	1

Proveedor	Dependencia	Riesgo Operacional
Etiquetas Cintas Y Calcom. Top Flig	1	1
Esquiplast Zona Franca S.A.S	3	1
Plastiques Du Val De Loire S.A.	3	1
Industrias Metalicas Gol S.A.	3	1
Lineadatascan S.A	3	1
Vishesh Industries	3	5
Nevem Industrial Y Comercial	1	1
Omerin Sas	1	1
Materiales Electricos Y Mecanicos L	1	1
Multisuministros Industriales Sas	1	1
Metalicas Erse S.A.S	1	1
Insumos Industriales Importa	1	1
Tornillos Y Partes Plaza S.A.	1	1
Polyprint S.A.S.	1	1
Mastercajas Ltda	1	5
Inema S A	1	1
Representaciones Textiles S.A.S	1	1

Nota: Valoración y determinación del riesgo operacional que representa cada proveedor según la necesidad de compra y su impacto comercial por cada referencia de productos ofertado.

Tabla 6
Riesgosuministros
Fuente: Elaboración Propia

Riesgo de Suministro		
<	1,25	Baja
<	2,5	Baja Media
<	3,75	Alta Media
>	3,75	Alta

Nota: Medio de calificación que permite determinar escalonadamente el riesgo que representa cada proveedor para la empresa y su cadena de suministros.

Tabla 7
Segmentación
Fuente: Elaboración propia

Segmentación		
Impacto Financiero	Riesgo de Suministro	Resultado
Bajo/Bajo Medio	Bajo/Bajo Medio	Rutinario
Bajo/Bajo Medio	Alta/Alta Media	Críticos/Cuello Botella
Alta/Alta Media	Alta/Alta Media	Estratégicos
Alta/Alta Media	Bajo/Bajo Medio	Apalancamiento

Nota: Forma objetiva de lograr determinar los puntos mas críticos e impactos de abastecimeinto que se llegan a generar dentro de la cadena de suministros.

Ilustración 1 Impacto Financiero

Fuente: Elaboracion Propia

Tabla 8

Categoria de clientes

Fuente: Elaboracion Propia

Grupo	Clientes	Categoria
Nacional	Centros de cadena Alkosto	3
Nacional	Centros de cadena Éxito	3
Nacional	Centros de distribución Sodimac	2
Nacional	Centros de distribución Homecenter	2
Nacional	Canal B2B	2
Nacional	Subdistribuidores	2
Nacional	Coebeta	2
Nacional	El mayorista	2
Nacional	Puntos de venta al detal	1

Grupo	Clientes	Categoria
Nacional	Outlet Imusa	1
Exportación	México	3
Exportación	Ecuador	3
Exportación	Costa Rica	2
Exportación	Argentina	2
Exportación	Argentina	2
Exportación	Venezuela	1
Exportación	Chile	1
Exportación	Canadá	1
Exportación	Estados Unidos	1
Exportación	Centro América	1

Nota: Esquema de valoración del cliente según su impacto comercial, ventas y financiero, que sera determinado por los diferentes marcados.

Tabla 9
Volumen de compra
Fuente: Elaboracion Propia

	Volumen de compra
1	Baja
2	Baja Media
3	Alta

Nota: Esquema de valoración cuantitativo para determinar el valor de compra de cada cliente de la empresa.

Red Estructural de una empresa a la cual pertenece la empresa Groupe Seb

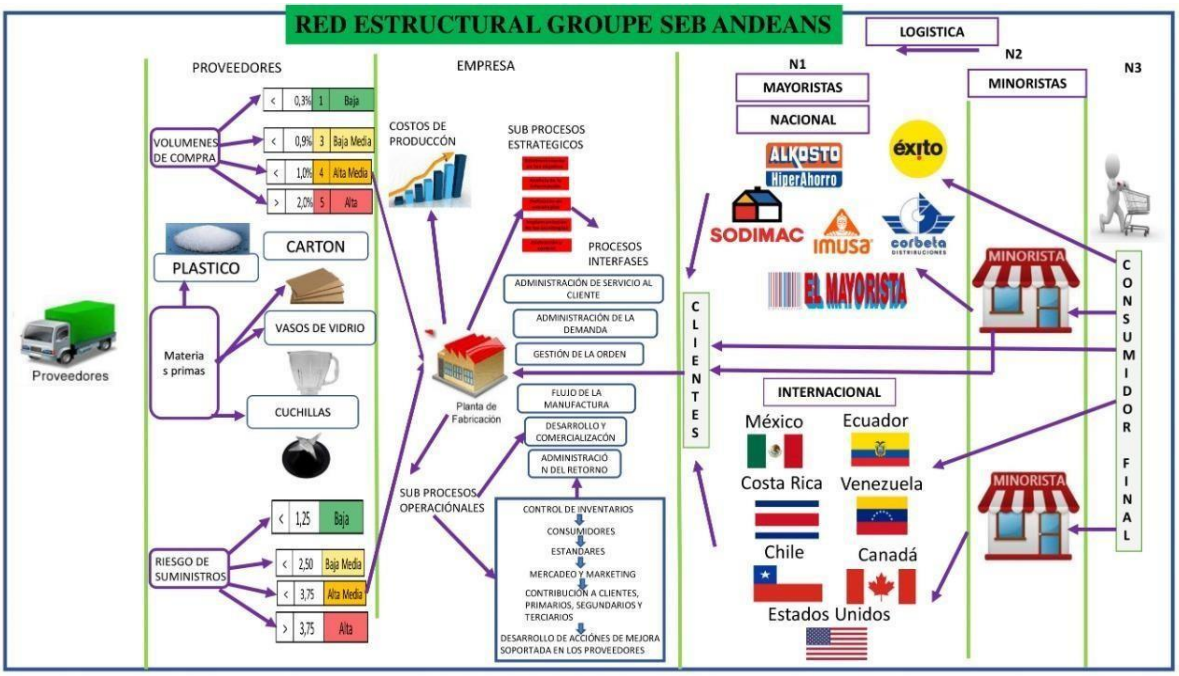


Ilustración 2 Red Estructural Gropupe Seb
Fuente: Elaboracion Propia

Dimensiones estructurales de la red de valor de la empresa Groupe Seb

Estructura horizontal "La estructura horizontal se refiere a la cantidad de niveles que componen el Supply Chain. Puede ser larga, con muchos niveles, o corta, con pocos niveles" (Sahid, 2005). Por ejemplo, en el caso de la Cadena Productiva de la Red Groupe Seb Andeans la estructura horizontal llega a segundo nivel por el laso de los proveedores, y hasta el cuarto nivel por el lado de los clientes.

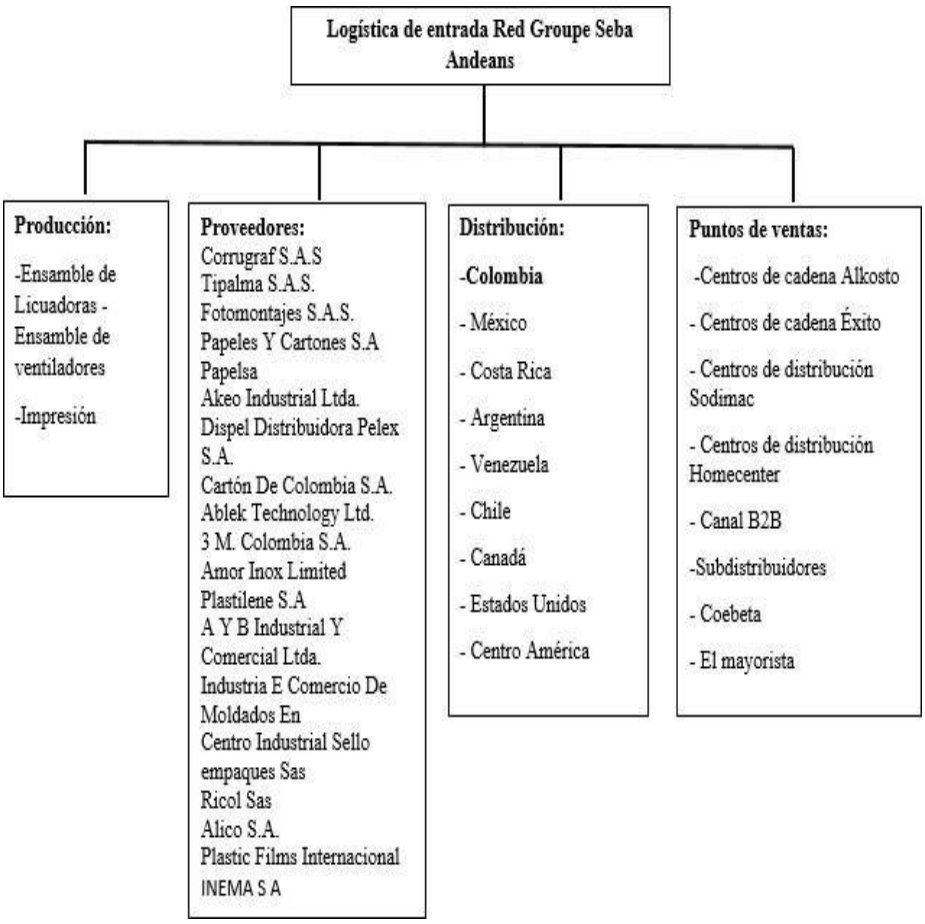


Ilustración 3 Logistica de entrada
Fuente: Elaboracion Propia

Estructura vertical indica el número de proveedores o clientes que hay en cada uno de los niveles. Una supply chain puede tener una estructura vertical angosta, con pocas compañías en cada nivel o una estructura vertical ancha, con muchos proveedores y/o clientes en cada nivel.

Tabla 10
Compra / Proveedores
fuente: *Elaboración Propia*

Volumen De Compra	Cantidad de Proveedores
Baja	111
Baja – Media	22
Alta – Media	16
Alta	13
Total	162

Nota: Posicionamiento de los proveedores en la empresa según su impacto de compra y desarrollo comercial.

Tabla 11
Clientes
Fuente: Elaboración Propia

Clientes	Numero
Nacionales	10
Exportación	10

Nota: Cantidad de clientes establecidos comercialmente para la empresa.

Ilustración 4 Estructura Horizontal
Fuente: Elaboración propia

Posición Horizontal de la Compañía La estructura posicional y horizontal de la compañía dentro de la cadena de suministro para Groupe Seb se ubican cerca de su fuente de abastecimiento inicial, contando con una gran cantidad de proveedores de materia prima básica para la fabricación de sus productos dentro de la misma región. Estas ventajas le han permitido a la empresa poder mantener sus niveles de stock de una manera muy bien posicionada entre los extremos de la cadena de suministros, manejando mayores relaciones comerciales entre clientes y proveedores.

Lo cual a permitido que la relación entre la empresa y sus proveedores, se convierta en una relación basada en la confianza e interacción continua, con un enfoque determinado por las dos partes como control desarrollo y disposición de la mejora continua, donde el principal objetivo es hacer cada vez mucho mas eficientes los procesos productivos y de comercialización entre proveedor, empresa y clientes, fomentando el crecimiento continuo de cada una de las partes mediante análisis y planes de acción enfocados a mejoras las falencias operacionales.

Tipos de Vínculos de procesos en la empresa Groupe Seb

Administrado La empresa Groupe Seb integra sus procesos administrativos mediante la constante comunicación y relación clientes, empresa y proveedores que le han permitido generar una contribución y colaboración al desarrollo objetivo entre los clientes y proveedores de nivel 1 dentro de su cadena de suministros y que se constituyen mediante:

- Estudio de sus proveedores y potenciales clientes
- Visitas programadas a proveedores
- Invitaciones escalonadas a la compañía, para clientes y proveedores
- Solicitud de todos los documentos legales y comerciales en los que intervienen los clientes y proveedores.
- Realización de compras bajo los márgenes legales y medios estructurales establecidos por la compañía.
- Seguimiento a acuerdos y preacuerdos establecidos entre cada una de las partes.
- Equipos de acompañamiento destinados a fortalecer las relaciones clientes y proveedores.

Estas metodologías de desarrollo han permitido que la empresa no se vea afectada por filtración de información potencialmente peligrosa y dañina para el crecimiento industrial, comercial, legal, y económico de la organización.

Monitoreado La empresa Groupe Seb monitorea y audita sus procesos mediante los parámetros establecidos por su sistema de gestión y desarrollo integral, el cual incluye auditorías externas e internas a:

- Proveedores
- Bodegas de almacenamiento
- Documentación integral
- Niveles de stock
- Centros de distribución
- Centros de venta legalmente constituidos por la compañía
- Esquemas de producción

Este es quema de monitoreo le ha permitido a la compañía mayor confiabilidad y viabilidad en cada una de sus etapas de desarrollo dentro de la cadena de suministros, proporcionando mayor gestión dentro de su desarrollo operacional y comercial, y evitando afectaciones de índole legal con las entidades encargadas de monitorear y hacer seguimiento de la actividad operativas potencial mente peligrosas para la economía y el comercio.

No Administrado Groupe Seb no administra ni monitorea procesos productivos de clientes o proveedores que se encuentren situados en el exterior o que no intervengan directamente dentro de su cadena de suministros ya que no implementara ni destinara recursos

para conocer la cadena productiva de cada cliente y proveedor siempre y cuando sus sistemas de gestión administrativos estén legalmente constituidos y acordes a los dictámenes legales de cada país.

No participante Dentro de los no participantes podemos decir que los directivos de Groupe Seb son conscientes de que el Supply Chain está directamente determinado por decisiones tomadas a nivel jerárquico muy superiores donde algunos de nuestros proveedores no solo tiene negoción con la empresa sino también con algunos de nuestros competidores principales lo cual genera que su participación dentro de la cadena de suministros sea determinados por ciertos parámetros de rigurosidad y deficiencia de la información suministrada ya que puede llegar afectar el proceso y desarrollo de nuevos productos.

Generando vínculos de negocios muy diferentes donde la protección de la información es de gran importancia para la empresa creando una abertura de información entre los integrantes y no integrantes de la cadena de suministros ya que dichas relaciones pueden llegar a afectar los objetivos de la compañía.

Procesos según enfoque del Global Supply Chain Forum

A continuación se desarrolla un proceso investigativo que tiene como base principal mostrar de una forma muy organizada la estructura del (GSCF) en cuanto a la gestión de la empresa Groupe Seb con sus clientes, el manejo de la gestión de la demanda, la gran estructura organizacional que hay detrás de la satisfacción a la hora de enviar y recibir pedidos, el manejo adecuado de los flujos de producción y su enfoque al cumplimiento de los objetivos, la importancia del aprovisionamiento, la importancia del desarrollo de nuevos productos y su debida comercialización cuando de mantenerse en el mercado se trata y la forma adecuada de evitar y tratar las no conformidades y devoluciones que generan los procesos productivos y comerciales.

Conceptualización y contextualización

El desarrollo industrial que viene teniendo el mundo a nivel global ha provocado un ambiente de competitividad a nivel comercial, en donde cada día las exigencias de los servicios ofertados por las empresas y sus estándares de calidad han obligando a que muchas de las empresas comerciales deban implementar nuevas y mejoradas estrategias de mercadeo que han implicado mayor flexibilidad, formación a equipos de trabajo e implementación de herramientas tecnológicas para un mayor desempeño de sus procesos.

Dichas necesidades de crecimiento han generado que las empresas deban comenzar a integrar procesos como el Supply Chain Management (SCM) como el proceso que busca realizar una integración de los clientes, consumidores y proveedores encargados de suministras productos e información que agreguen valor a la empresa, clientes y consumidores.

Pero para que dichas situaciones de mejora se puedan dar dentro de las empresas es de gran importancia que dentro de la cadena de suministros exista una gestión organizacional basada en los 8 procesos que define el Global Supply Chain Fórum como se muestra a continuación de una forma aplicada a la empresa Groupe Seb.

Ilustración 5 Enfoque GSCF
Fuente: Elaboración propia

Identificación y aplicación de los 8 procesos estratégicos en la empresa Groupe Seb

Gestión de las relaciones con los clientes (customer relationship management).

Las relaciones con los clientes dependerá de la naturaleza del mercado meta, Grupa Seb, influenciado por las nuevas tendencias de consumo, se ha centrado en llegar a sus clientes a través de los vendedores minoristas ya que estos propician en el medio para acceder a los consumidores finales, apoyados en la tecnología, más que nunca, estamos comunicados o conectados unos con otros desde lugares cercanos como lejanos con un flujo de bines y servicios más eficiente, que nos permite comunicarnos con los clientes masiva o personalmente, la clave para que la compañía establezca relaciones duraderas con sus clientes es crear valor y satisfacción para el cliente.

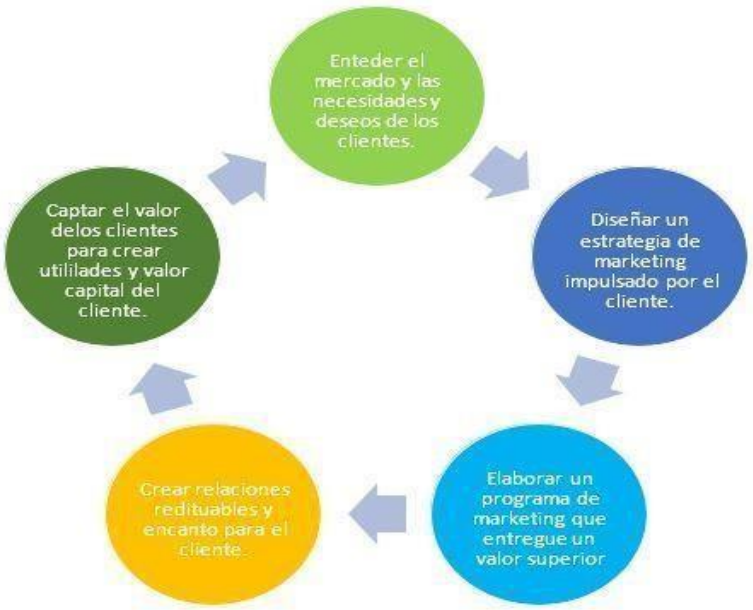


Ilustración 6 Estrategias para generar relaciones y valor para los clientes
Fuente: Elaboración propia

La cadena de suministro de la organización debe involucrar actores tales como dirección ejecutiva, investigación, desarrollo, producción, compras, finanzas, contabilidad, etc. Son varios los involucrados en la organización para determinar una estrategia de marketing, ya que la relación entre todos como lo es, fianzas responsable de la obtención y uso de los fondos, investigación y desarrollo encargados de generar diseños de bienes y servicios con altos estándares de calidad, atractivos y seguros que generen la satisfacción y confianza en el cliente, compras en cargado de buscar el proveedor y materias primas mientras que producción encargada de fabricar a cantidades y calidades deseadas.

Los proveedores como actor del eslabón de la cadena de suministro se convierten en un factor muy importante de todo este sistema de generación, de valor a los clientes de la compañía. Inconsistencias o problemas con los proveedores pueden causar retrasos y bajos niveles de calidad entre otras causas, que pueden generar o repercutir en la satisfacción del cliente, el equipo de marketing debe tener una estrategia de vigilancia al proveedor vigilando los suministros es importante que así como se generan estrategias de relación al cliente, se genere una administración de relaciones con los socios convirtiendo al proveedor como un socio estratégico de la compañía para generar y crear valor al cliente.

Es importante que, así como la organización involucra a los minoritas como uno de los mayores focos que propician el medio para atraer más clientes involucren en sus estrategias un programa de marketing con estos intermediarios para atraer y distribuir ya que estas empresas de distribución física ayudan a la empresa a el traslado de bines y servicios.

Es importante que Groupe Seb trate a los distribuidores como socios importantes y no como un canal de ventas generando valor y por ende mejorando la relación con el cliente. Dentro de una estrategia de marketing la compañía debe propiciar al cliente la generación de valor y satisfacción más que sus competidores básicamente con mejores ofertas que la de la competencia.

Gestión del servicio al cliente

Estrategias de gestión de del servicio al cliente

1. La gestión de servicio debe iniciar desde los empleados de la organización generada estrategias y la visión del servicio.
2. La satisfacción del cliente inicia cuando la organización conoce las necesidades del cliente, antes de realizar un bien y servicio es importante saber si este va a satisfacer la necesidad de los clientes.
3. Selección del personal adecuado con habilidades para entender al cliente.
4. Capacitar al personal para desarrollar técnicas y habilidades de servicio al cliente.
5. Liderazgo y métricas de satisfacción del cliente ya que un buen servicio garantiza la retención del cliente y rendimiento de la organización.

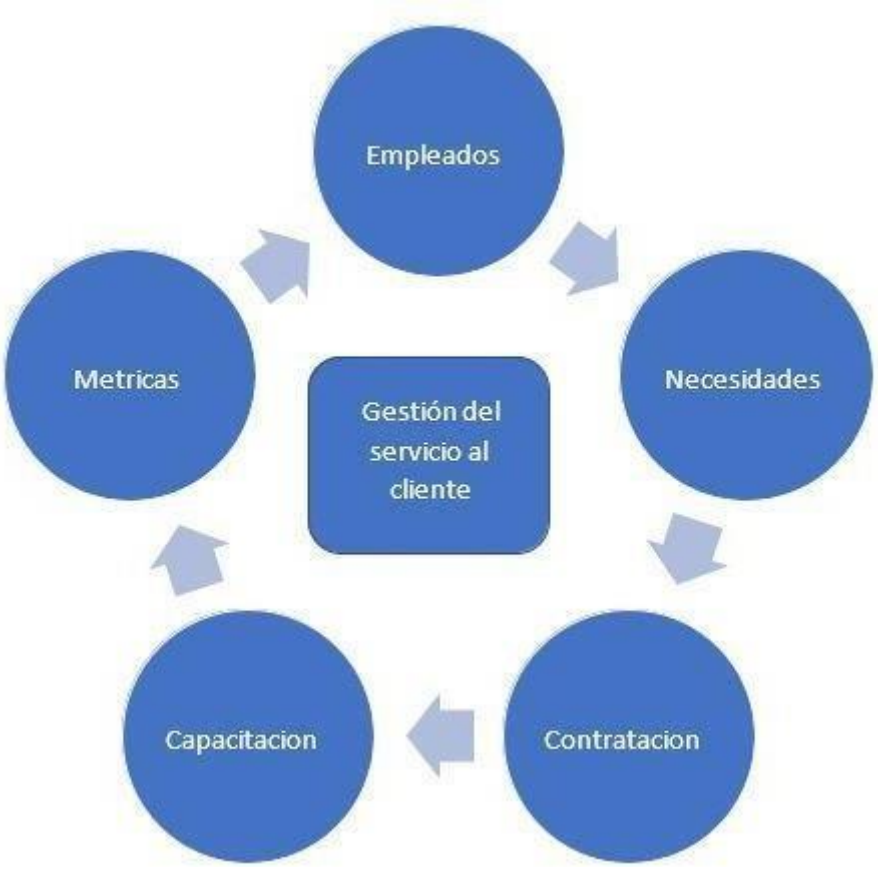


Ilustración 7 Gestion Del Servicio Al Cliente
Fuente: Elaboración propia

Demand Management: Administración de la demanda La empresa Grupo Seb tiene como deber administrar una buena demanda ya que esto conlleva, a una buena solicitud de sus productos en el comercio nacional e internacional, sus productos pioneros como lo son las licuadoras y ventiladores deben dar conformidad al cliente y para ello la empresa Grupo Seb se basa en las inspecciones que se realizaron años posteriores.

Todo lo anterior mente mencionado ayuda a que la empresa pueda fijar una medida y acercamiento del posterior año que admita la empresa conseguir los medios que requiere para la obtención de los productos los cuales se basan en la obtención de insumos como materia prima,

equipos y además la mano de obra para así obtener la producción solicitada y disponer los pronósticos de la demanda; que Groupe Seb.

Grupo seb se prepara con proyectos que se puedan ordenar para tomar acciones que suministren información real para cubrir las expectativas de los clientes, se debe considerar que se necesita lograr lo posible para cumplir con los requerimientos que se le piden, así administrando y trazando un plan de trabajo que asegure una validez para la organización.

La administración de Grupe Seb se basa en los siguientes 4 pasos:

Ilustración 8 Administracion en Grupe Seb
Fuente: Elaboración propia

Order Fulfillment: Orden de Cumplimento Satisfacción de los pedidos

Es preciso ejecutar un orden a los pedidos que le realizan a la empresa Grupo Seb ya que esto conlleva a una satisfacción de cumplimiento a los clientes para aumentar las ganancias que esto deja.

Formar planes desde el ensamble, el almacenamiento y distribución de licuadoras y ventiladores forman parte de factores que aguardan una satisfacción pronta del cliente, así autorizando disminuir costos por un mal abastecimiento y distribución, la atención que Grupe Seb debe fijar, para dar conforme a los pedidos ejecutados como lo muestra el siguiente gráfico:

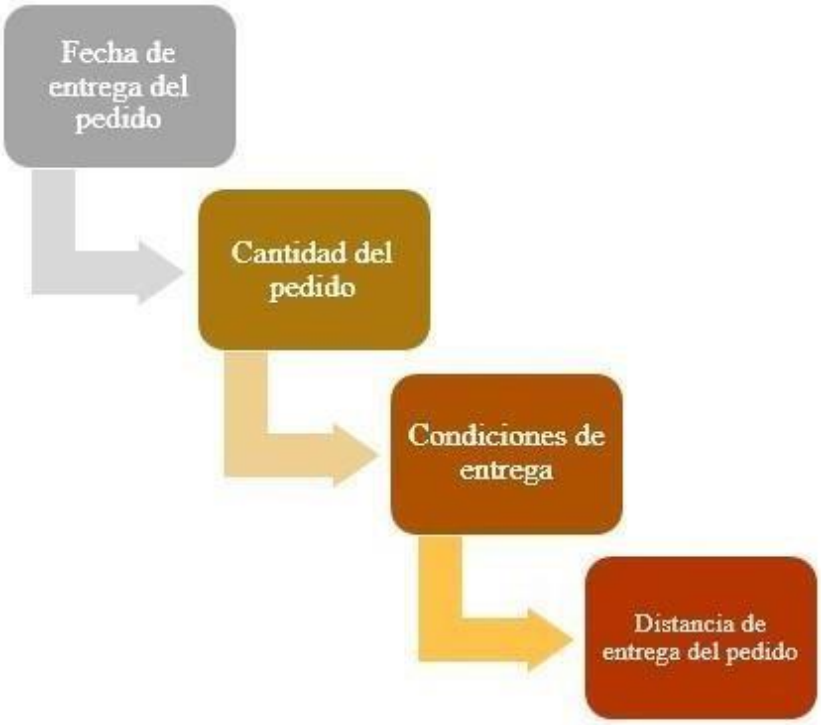


Ilustración 9 Orden de Cumplimiento
Fuente: Elaboración propia

Continuando con este grafico planteado por Grupo Seb., la empresa semeja un plan estratégico que efectuara en el momento que se entregan los pedidos al área de producción con los requerimientos de una buena calidad, así que cuando este en este punto se prepara un plan estratégico de la entrega comunicando a los clientes todos los estados, a lo largo de todo el envió de sus productos, vale decir que se realiza con la garantía que requiere el cliente para consolidar un lazo de confianza que genera una buena atención y calidad de los servicios prestados.

Por lo tanto, preparan contratos basados en la claridad y compresión del cliente, para conseguir el objeto de todas las peticiones constituidas que se realizan mediante un escrito, para así más adelante evitar malentendidos al momento de ser comunicados de estos

Dando continuidad Groupe Seb., garantiza ejecutar los puntos siguientes asegurando la culminación de sus contratos al cabo de para asegurar la satisfacción por pedido que establecen los clientes:

Ilustración 10 Satisfaccion del cliente
Fuente: Elaboración propia

Gestión de los flujos de producción "Siguen un proceso común en el cual interviene; producir, almacenar y entregar los productos terminados al sistema de

distribución. Hoy los productos se elaboran con base a las necesidades del cliente. Los procesos de fabricación se flexibilizan para responder a cambios en la comercialización y los pedidos se procesan con sistemas de justo a tiempo, en cantidades mínimas según los requerimientos. Manejando ciclos más cortos y mejorando el servicio al cliente.” (Pinzón, 2005).

Ilustración 11 Gestion de Flujos
Fuente: Elaboración propia

Para Groupe seb es muy importante manejar ciclos más cortos en los flujos de producción teniendo en cuenta el manejo de tiempos y el cumplimiento en la elaboración de productos de calidad solicitados por su cliente.

Aprovisionamiento o compras “Su función es establecer planes estratégicos con los proveedores para aprovechar el proceso de gestión del flujo de fabricación y el perfeccionamiento de nuevos productos. La filosofía de este proceso pretende involucrar a los clientes y proveedores, buscando una relación significativa de los tiempos de ciclo para el desarrollo de nuevos productos.” (Pinzón, 2005).

Ilustración 12 Aprovisionamiento
Fuente: Elaboración propia

Con la estrategia que se establece con los proveedores se busca tener un flujo de fabricación estable buscando el perfeccionamiento en productos nuevos.

Desarrollo de nuevos productos y comercialización Como sabemos el mundo que conocemos está inundado de productos de características y valores diferentes, que se adaptan a cada tipo de necesidad según el cliente, haciendo que cada día se introduzcan en el comercio más y más productos innovadores y con mejor desarrollo comercial, pero para las industrias su desarrollo comercial no se basa solo en trasformar materia prima en productos para llenar los diferentes mercado, sino que dicho productos se logren vender por sí mismo, haciendo que el marketing juegue un papel muy importante a la hora de hacer conocer los productos y que estos realmente convenzan al cliente de que, llegan a ser la mejor opción para sus compradores y que dentro de su estructura permitan prestar un servicio necesario y adecuado dentro de las prioridades del cliente.

A partir de esto Groupe Seb cree firmemente en que una de sus ventajas competitivas y comerciales a nivel nacional e internacional ha sido la innovación no solo de sus diferentes

gamas de productos sino también a nivel comercial, empresarial y de desarrollo de procesos productivos internos y externos como:

Desarrollo de nuevas funciones o mejoras en las ya existentes que le dan mayorvalor agregado a sus productos.

Ilustración 13 Productos
Fuente: Mebuscar

Trabajo en conjunto con sus proveedores que le han permitido colocar en elmercado productos con características relevantes, de mayor calidad y con mucha más

utilidad para sus usuarios.

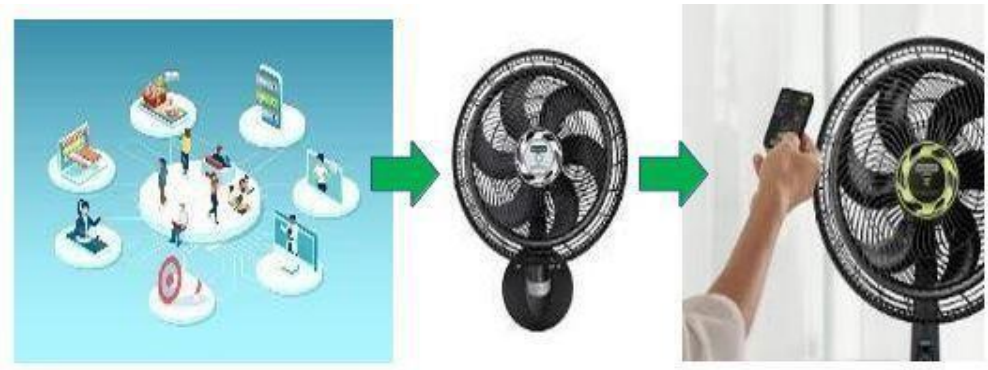


Ilustración 14 Tecnologia
Fuente: Mebuscar

Mejoramiento de sus diseños y adaptabilidad de nuevas funciones en los productos, que van de la mano del apoyo comercial y la innovación que ofrecen sus proveedores y centros de distribución y que se van adaptando a el desarrollo y la evoluciónen procesos tecnológicos.

Ilustración 15 Imusa productos
Fuente: Imusa

Aprovechamiento del conocimiento existente apoyado en las nuevas

Tecnologías que se introducen en los mercados y que juegan un papel importante dentro del desarrollo publicitario y de ventas.

Ilustración 16 Redes sociales
Fuente: (Elite, 2017)

Por otra parte, la empresa Groupe Seb implementa métodos y recursos de desarrollo y crecimiento que van enfocados directamente en el crecimiento y formación de sus equipos de

trabajo que le ha permitido estar preparado e ir a la vanguardia con la versatilidad que ofrece actualmente el mundo comercial, logrando resultados como:

- Productos económicos y con un gran valor agregado que se soportan en niveles de stock de materias primas adecuado y acorde a la necesidad de demanda de sus clientes evitando los sobrecostos de producir.
- Enlaces directos con las trasportadoras y soportes logísticos que hacen más fácil el envío y recibimiento de las mercancías y a un gran valor comercial, benéfico para cada parte interesada.
- Aprovechamiento de las oportunidades de mejora y trasformación en resultados:

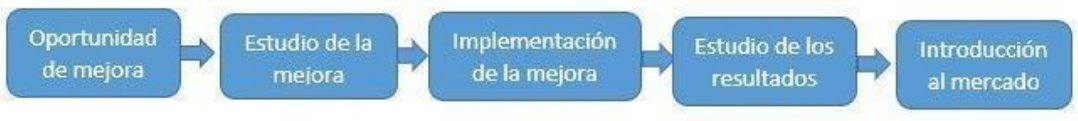


Ilustración 17 Oportunidad de Mejora
Fuente: Elaboración propia

- Aplicación de metodologías enfocadas en fortalecer el desarrollo comercial propio, de sus clientes, proveedores y consumidores para que a su vez abarque una estrategia comercial regida por:

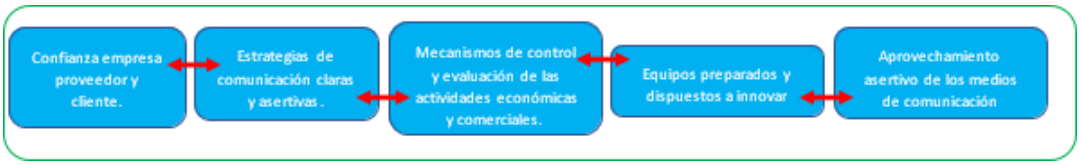


Ilustración 18 Aplicación de metodología
Fuente: Elaboración propia

- Establece prioridades dentro de su desarrollo comercial, industrial y económico.

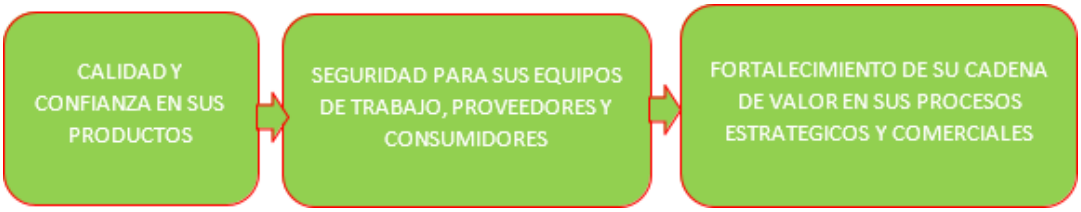


Ilustración 19 Prioridades
Fuente: Elaboración propia

A partir de esto Groupe Seb basa el desarrollo de sus productos y fortalece sus esquemas comerciales mediante la identificación de cada una de las necesidades de los integrantes de su cadena de suministros permitiéndole trabajar sobre los eslabones más delgados para fortalecerlos y de esta manera evitar futuros sobre costos o desabastecimiento de sus necesidades prioritarias, para que al final esto se logre traducir en la satisfacción de sus clientes y el aseguramiento de sus objetivos comerciales.

Devoluciónes y/o retornos Para Groupe Seb la atención y satisfacción del cliente son su prioridad por eso cuenta con unos equipos totalmente capacitados en cada uno de los medios de control de calidad de sus productos tanto internamente como externamente, por tal motivo sus productos ofrecen garantías que van desde 2 hasta 5 años, según las gamas de oferta dentro del mercado.

Para lograr que sus estándares de calidad logren cumplir sus expectativas y obtener el más mínimo retorno o devolución de sus productos por parte de sus clientes desarrolla actividades internas como:

Estructura de un comité de expertos encargados de realizar pruebas de vida, funcionalidad y eficiencia de nuestros productos mucho antes de ser lanzados al mercado.

Se cuenta con un laboratorio con los más altos estándares de calidad y con sus respectivas certificaciones requeridas nacional e internacionalmente, que validad y certifican el total compromiso con nuestros productos y su utilidad para los clientes.

Se cuenta con un comité externo e interno que valida que el compromiso con la seguridad y calidad del producto siempre sea el mejor y óptimo para los clientes.

Adicionalmente se cuenta con líneas de atención dispuestas para cualquier duda e inquietud que presenten los clientes, conformado por un equipo humano de gran calidad dispuesto a dar soluciones.

Se cuenta también con un grupo de analistas en cada sede, quienes son los encargados de analizar, verificar y trasmitir la información a los equipos de trabajo cuando algunos de los productos se encuentren fuera de lo normal y dar soluciones al cliente de forma oportuna y óptima.

Por otra parte, Groupe Seb cuenta con una mesa de calidad en cada una de sus plantas productoras, que integran a cada uno de los procesos productivos desde sus proveedores hasta el equipo logístico de despachos lo cual le ha permitido evaluar la tasa de retorno de forma oportuna y dar una respuesta optima y de gran calidad para sus clientes.

Todas estas características han permitido que las tasas de retorno que genera las compañías sean muy mínimas, logrando una ventaja competitiva ya que son tratadas con la mejor atención posible, para que el cliente pueda estar totalmente satisfecho y de esta misma manera evitar la afectación por sobrecostos.

En un segundo plano la empresa Groupe Seb divide sus tasas de retornos en 3 segmentos:

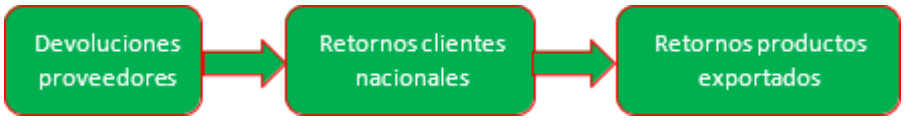


Ilustración 20 segmentos
Fuente: Elaboración propia

Devoluciones proveedores: Se manejan de manera interna y son tratados directamente con el proveedor mediante análisis estadístico de datos y planes de acción encaminados a la mejora, lo cual genera un mayor valor agregado al tratamiento de estos mismos.

Retornos clientes nacionales: Son tratados directamente por los analistas de cada departamento, quienes son los encargados de dar el respectivo soporte técnico y legal al cliente permitiendo una óptima y oportuna solución.

Retornos productos exportados**:** Esta es quizás una de las más complicadas ya que la empresa genera un tratamiento muy diferente a este tipo de retornos negociando directamente con el cliente.

Procesos según enfoque de APICS-SCOR

A continuación, se podrá reflejar un trabajo investigativo y aplcado que tiene como finalidad describir los procesos de la cadena de suministros para la empresa seleccionada según el enfoque apics – scor como una herramienta de certificación y apoyo para la cadena de suministros que le permite a la empresa crear un marco en su entorno de la medición de sus procesos y su diseño organizcional, enfocado a lograr satisfacer la demanda de los clientes siempre de la mejor manera y lo mas acorde posible a cada tipo de necesidad.

Ampliando el conocimiento en cada una de las actividades de la cadena de suministros de la organización y permitiendo reflejar la importancia en el control y mejoramiento de los procesos influyentes.

Conceptualización y contextualización

Como se conoce en el mundo industrial y dentro de los procesos productivos de cada empresa la gestion de inventarios siempre a jugado un papel muy importante como marco de referencia para hacer que los productos fluyan de un lugar a otro, generando un impacto muy importante dentro de la cadena de suministros. Lo cual determina que la herramienta de APICS – SCOR como sistema de evalucion de cada proceso productivo nos permita generar un esquema de mejoramiento de las falencias a continuación presentadas para lograr mantener cada vez un esquema de gestión de inventarios mucho mas conpetitivo y eficaz que evitara entrar en sobre costos innecesarios por el desarrollo de actividades que no agregan valor para la organizacon.

Dicho lo anterior a continuación se podrá observar el correcto desarrollo de un modelo de gestión de inventarios basado en el estudio de la herramienta APICS – SCOR que permitirá la implementación de un esquema de mejoramiento dentro de la cadena de suministros de la empresa Groupe Seb.

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

Ilustración 21 Planificacion y forescasting
Fuente: (Coopers, 2021)

Planificación y forecasting

La cadena de suministros de Groupe Seb se basa principalmente en la información suministrada por cada uno de los equipos que la integran y la recolección y clasificación de ella según requerimientos y sus necesidades de:

- Esquemas logísticos lo suficientemente robusto para la realización de eventos comerciales que permitan impulsar el reconocimiento de sus productos e impulsen las ventas en el mercado.
- Una estrategia de negocios con los proveedores que le permite a la empresa un aprovisionamiento ajustado y necesario para cumplir con la demanda de sus clientes.
- Un desarrollo interno de espacios básicos dispuestos para el aprovisionamiento y disponibilidad necesaria de inventarios.
- Una infraestructura determinada según las necesidades de fabricación y producción de los procesos productivos de la empresa.
- Estrategias de negocio con las transportadoras encargadas de recoger y aprovisionar toda la red logística y comercial.
- Aprovechamiento del conocimiento de las ramas administrativas que le permiten mantener un equilibrio entre la oferta y la demanda.

La empresa basa principalmente su planificación y pronostico en la información suministrada por la tasa de crecimiento en el mercado, los feedback de los equipos de venta, sus estrategias en marketing, la evolución de sus indicadores y las estrategias de negocio con sus clientes.

Y es a partir de aquí que la empresa logra obtener un equilibrio necesario para la oferta y la demanda de sus productos, manteniendo una planificación más consistente de sus esquemas de abastecimiento, producción y entrega oportuna a sus clientes.

Etapas necesarias para la planificación

SP1 Plan de la cadena de suministros

Identificar las prioridades: Todo proveedor perteneciente a la cadena de suministros debe estar debidamente certificado bajo la norma ISO 9001 lo cual le permitirá ala empresa garantizar los estándares de calidad en sus productos.

Identificar y agregar nuevos recursos dentro de la cadena de suministros: Se deberecibir la información de las necesidades dentro de la cadena de suministros como la demanda, niveles de stock, inventarios en planta, capacidad de los proveedores, medios de trasporte y a partir de aquí se define la necesidad de compra, sus costos y su alcance para de esta manera solicitar las materias primas necesarias para el reabastecimiento y oportuna entrega de la demanda.

Equilibrio dentro de los recurso de la cadena de suministros: toda orden de producción o compra dentro de la cadena de suministros se encuentra determinada por unos plazos de entrega y fechas de pagos las cuales son determinadas por unas políticas internas dela empresa respecto a los flujos de dinero que por lo general son determinadas en un 70% cuando se recibe el producto y el otro 30 en un plazo máximo de 30 días ocasionando mayor flujo de liquides en la empresa y generando un equilibrio económico y de necesidad para cadatipo de actividad comercial.

Establecer medio de comunicaciones y generara planes de respuestas dentro de lacadena de suministros**:** dentro de la cadena de suministros se definen medios de control y comunicación con proveedores y clientes que permitirán monitorear la mercancía y su desplazamiento, para que en caso de novedades se tomen acciones necesarias para mitigar susimpactos económicos según las normas establecidas dentro de cada contrato de venta.

SP2 Plan de aprovisionamiento

Identificar y priorizar requisitos de producto: los proveedores y centros de apoyode la empresa deben garantizar que las materias primas compradas y productos ofertados cuentan con unos estándares altos en gestión de calidad y que dentro de sus empresas se realizan las debidas inspecciones y controles de estas mismas, definiendo unos % de retornopor afectaciones fuera de lo normal de menos del 3% y definición de planes de acción enfocados a la mejora.

Evaluar los recursos e identificar cada tipo de producto: según requerimientos establecidos por la empresa los proveedores deben garantizar un stock de inventario mínimo dentro de sus plantas que satisfagan la necesidad según la demanda que se requiera de producto.

Dando un cumplimiento optimo a cada necesidad establecida por las dos partespara evitar sobre costos y retrasos en la producción.

Generar equilibrio entre el producto y sus requisitos: la empresa debe contar en su estructura con diferentes proveedores que satisfagan una misma necesidad, lo cual le permite generar un mayor estudio de su calidad, margen de precios y desarrollo económico a la hora de tomar decisiones para un oportuno abastecimiento, sin que se vea afectada su cadena productiva.

Creación de planes de abastecimiento: la empresa debe contar con sub-opciones de abastecimiento internas y externas según se determine por cada equipo programador en caso de que se presenten circunstancias fuera de lo normal en donde uno de los proveedores ocentros de apoyo no pueda dar cumplimiento con lo requerido y de esta manera prevenir los retrasos y sobrecostos en la producción.

SP3 Plan de fabricación

Identificar y priorizar requisitos de producción: la empresa deberá contar con un esquema de producción balanceado que no impida producir de una manera óptima, esto implica maquinaria suficiente y en óptimas condiciones, un equipo de mano de obra preparado y capacitado para cada actividad productiva, los materiales básicos y necesarios para poder producir y un espacio seguro y que garantice la eficacia en cada tipo de necesidadde la fase productiva.

Evaluar los recursos e identificar cada tipo para una óptima producción: la empresa debe contar con un equipo capaz de suplir las necesidades da cada tipo de producciónpara esto debe conocer las zonas, equipo, o materiales con mayor afectación, identificar tiempos de fabricación y sus recursos, definir indicadores operativos que permitan cumplir el objetivo establecidos y tomar decisiones oportunas según seguimiento realizado a los canales de producción.

Establecer planes y programas de producción: la empresa debe establecer unos planes de programación para poder producir según la demanda establecida por el mercado ysu necesidad de materiales internos y externos, tomando como referencia sus niveles de inventarios y stocks en centros de distribución. Programando de forma ordenada cada producción según volumen de venta, cantidades requeridas, materia prima existente, necesidad del cliente, categoría del producto y necesidad de mano de obra.

SP4 Plan de entregas

Identificar y priorizar requisitos de entregas: una vez la empresa recibe la orden decompra debe regirse a unos parámetros establecidos por el cliente y que determina fechas de entrega, lugar de entrega y tipos de trasporte que son requeridos para su optimo traslado y quedeben desencadenar en un cumplimiento acorde a lo establecido y satisfactorio para las partes involucradas.

Identificar evaluar y determinar recursos para la entrega**:** la empresa debe determinar e identificar los recursos necesarios para el trasporte y sus debidos canales de comunicación con sus lugares de destino, involucrando beneficios de costos a conformidad delas dos partes implicadas y sus llegadas a tiempo según lo establecido.

Establecer requisitos y recursos frente a las capacidades de entrega: la empresa desde que se realiza la petición de pedido de producto debe establecer unas fechas óptimas deentrega según requerimientos internos, cantidades solicitadas y eficiencia del trasporte. Esto permitirá tomar decisiones oportunas respecto a solicitudes del cliente y determinación de nuevos acuerdos de entrega según su necesidad y volumen requerido.

Establecer planes objetivos de entrega: la empresa debe contar con planes alternativos en caso de que no se realice la totalidad de la entrega en los plazos establecidos según acuerdo inicial con cliente, de tal manera que no se llegue a afectar la eficiencia operativa de la empresa y logren genera alguna retribución económica o comercial al clientemitigando su impacto por el no cumplimiento de lo acordado.

PS5 Plan de devoluciónes

Identificar y priorizar requisitos de devoluciones: una vez establecido por la empresa los lineamientos de calidad y correcta manipulación de los productos por parte del cliente y sus trasportadores, estos deberán realizar su reclamación y respectiva devolución delos productos una vez sean recibidos y validados según lo acordado entre cada parte interesada, haciendo valer cada uno de los preacuerdos de responsabilidad establecidos por cada uno.

Identificar y evaluar los recursos establecidos para los retornos: la empresa determina la modalidad de retorno de sus productos dependiendo el mercado y su fácil accesocomercial para los centros de apoyo establecidos para trasportar dichos productos a sus lugares de origen y el impacto económico que esto puede generar, de lo contrario se realizara reposición según corresponda la falla encontrada en el análisis de la anomalía y los acuerdos que se establezcan con el cliente.

Establecer canales de comunicación para los retornos: la empresa debe contar conun canal amplio de comunicación que permita resolver dudas e inquietudes del cliente en casode tratarse de reclamaciones que implican una posible devolución del producto para lo cual siempre se debe centrar en los preacuerdos establecidos sin violar los derechos y deberes que adquirió cada una de las partes cuando se generó la negociación.

Gestión de pedidos y distribución

Fabricación: Este proceso es un resultado que viene desde la planeación de demanda que depende del punto anterior aprovisionamiento en materias primas, y se especifican las

transformaciones de las licuadoras y ventiladores. Para llevar a cabo estos dos puntos principales:

Costos: la empresa Grupo Seb realiza todas sus operaciones con el menor costo posible, pero no dejando atrás la calidad de sus productos que ofrece a sus clientes.

Tiempo: Para Grupo Seb también es importante los tiempos ya que de esto depende que sus clientes, vuelvan a realizar pedidos y por ello la empresa realiza sus operaciones dentro del menor posible pero que se aguante a lo que necesite.

Luego la cadena de suministro de la empresa garantiza, a partir de los recursos las capacidades y competencias de mirar los procesos que están en el ensamble para poder lograr las licuadoras y ventiladores que necesita el cliente generando los menores costos posibles desde la obtención de compras con proveedores.

Distribución: Este proceso una vez el producto terminado está de licuadoras y ventiladores viene la distribución, el cual consiste en llevar los productos anteriormente mencionados hacia los canales mayoristas como son los diferentes países a los cuales se exporta como son México, ecuador, costa rica, argentina, Venezuela, chile, Canadá, estados unidos y centro América y tiendas a nivel nacional o minoritas es ahí donde entra la logística por qué se hace presente entregando a ciertos mercados, en ciertas cantidades ya que algunos países o tiendas requieren más que otros y por último la demanda de cada producto.

Este proceso de distribución hoy en día es de “pobre entendimiento ya que la importancia de la distribución se debe en gran medida a qué no se sabe apreciar su relevancia respecto a la planificación estratégica” (west, 1991).

SD2.1 Recibir, configurar, ingresar y validar orden: Los clientes de grupo Seb se comunican, para realizar una cotización de acuerdo con las unidades de inventarios que necesitan y luego deciden sí realizan o no la compra.

Luego de que sus clientes hacen sus pedidos, la empresa de Grupo Seb, registran en sus bases de datos todos los pedidos, inicia con el proceso de planificar y le van dando prioridad de acuerdo con la fecha que lo solicita el cliente.

Cuando establecen la fecha de entrega con el cliente, le realizan la pregunta si lo desea total o parcialmente y el cliente decide con que urgencia lo necesita y si lo desea todo al momento de la entrega.

SD2.2 Reserva inventario y determine la fecha entrega: En primera instancia la empresa verifica que tiene dentro del inventario que maneja, para así mirar que tiene de acuerdo con los pedidos solicitados por el cliente, luego de realizar esta verificación y no encuentren el total de unidades posibles proceden a realizar una orden de producción, para así dar cumplimiento al pedido que realizan los clientes.

SD2.3 Envíos de transporte: Después de que los productos de licuadoras y ventiladores se encuentren en su totalidad terminados y la orden de producción de esa entrega este completa, se procedes a contactar de nuevo el cliente para definir el por el medio de transporte que quiere que se le realice la entrega, ya que la empresa cuenta con 3 medios de transporte que son los marítimos, luego los terrestre y por último los aéreos.

SD2.4 cargar producto y generar documentos de envío: Cuando las dos partes tanto la empresa como el cliente han definido el medio de distribución y entrega, se procede a generar la

documentación requerida para que el producto pueda salir de la empresa directo al cliente y así llevar acabo un registro del total de unidades vendida.

SD2.5 Recibir y verificar producto por el cliente: Cuando el producto se despacha y se encuentra en camino, se le comunica al cliente para que esté atentó, y pueda considerar el lugar dentro de sus instalaciones para que pueda recibir el total de su pedido.

Una vez el cliente reciba el producto, el procederá a su verificación en tanto al total de las unidades realizadas en el pedido como en la calidad de cada producto, para así luego comunicarle a la empresa si le hizo falta algo dentro su pedido o si algún producto no cuenta con los estándares de calidad.

Proceso de distribución Grupo Seb: Según el análisis realizado y el proceso de planificación que así quedaría la distribución de la empresa Grupo Seb:

Tabla 12
Proceso de distribución
Fuente: Elaboración Propia

Proceso de distribución de Grupo Seb	
Área Encargada	Descripción de la actividad
Comercial	La persona encargada de las ventas es la encargada de llevar el registro de las especificaciones que dan los clientes en cuánto el producto que seleccionan en cada proceso de venta, cómo las siguientes indicaciones, la cantidad requerida, la presentación de las licuadoras y

Proceso de distribución de Grupo Seb	
	ventiladores, estándares de calidad El tiempo que se toma la entrega del pedido.
Producción	La empresa se basa en la producción según el modelo Make to order, en enfocar, la cantidad producida, de acuerdo con la orden de pedido según sus especificaciones para el producto requerido.
ogística	Luego con la información queda el personal comercial se procede a realizar la programación de todos los pedidos según la fecha de entrega de allí se parte para determinar las especificaciones requeridas: • Tipo de producto • Control de calidad del producto • Cantidades Requeridas • Fecha de entrega que solicita el cliente
Logística	El analista logístico toma los datos de la orden de pedidos para asignar el personal suficiente que aliste el pedido solicitado por el cliente de acuerdo con sus requerimientos.
Logística	El área del almacén se encarga de manipular todos los recursos para realizar todo el ensamble de las licuadoras y ventiladores, dando ubicación dentro del almacén para dar la cantidad solicitada.

Proceso de distribución de Grupo Seb	
Logística	Inicia el despacho de los productos para ser llevados a los vehículos que se asignan, para que transporte, se realiza una planeación para saber cómo va a ir la mercancía dentro del carro, luego se hace la documentación requerida para que cada conductor pueda llevar a su destino final, además el carro llevará precintos de seguridad y todo lo relacionado con el cargue para así poder llevar la mercancía en buen estado.

Nota: Esquema del proceso de distribución determinado mediante la asignación de tareas productivas dentro de cada una de las áreas de apoyo que existen en la empresa.

Servicio al cliente

En el proceso de servicio al cliente la empresa Groupe Seb cuanta con amplios canales de comunicación enfocados a satisfacer las necesidades de sus clientes según producto requerido, garantizando los más altos estándares de calidad y su compromiso con la seguridad y satisfacción de sus clientes y consumidores, a partir de:

Diseños de productos fáciles de usar y cómodos al tacto del cliente y totalmenteseguros para su uso doméstico.

Análisis de la información suministrada por los clientes que permiten una más fácil comunicación y corrección oportuna de las no conformidades generadas en el proceso deventa y utilización de los productos.

Un diseño amplio de marketing en los mercados generando mayor acercamientode la población con cada producto y sus esquemas publicitarios con información real y adaptada a cada necesidad del cliente.

Comercialización de productos con marcas de gran trayectoria en los mercados y reconocidas por su gran calidad ante los consumidores nacionales e internacionales que dan garantía de que el compromiso siempre es la seguridad calidad de los productos y satisfacciónde cliente.

Por otra parte, la empresa siempre efectúa sus procesos productivos y de comercialización mediante los planes de mejora continua enfocados a crear cada vez más facilidad al cliente en la utilización, comercialización y buen uso de los productos tratando deminimizar siempre el no conformismo de los consumidores mediante estrategias de desarrollocomo:

Establecimiento de normas enfocadas a apoyar al consumidor en caso de que sesienta vulnerado por la publicidad o venta de un producto que no satisface su necesidad.

Canales de comunicación claros y asertivos a disposición total del cliente cuandoasí lo requiera y dispuestos a entregar siempre la mejor solución.

Disposición de canales tecnológicos dispuestos por la empresa para que el clientesiempre tenga a la mano una solución oportuna y de gran calidad.

SP1 plan de entrega de la información al cliente La empresa cuenta con distintos canales de comunicación internos y externos que le permiten conocer las dudas e inquietudes de los clientes y posteriormente entregar una solución inmediata y de gran valor, aportando un valor agregado a los productos que se ofertan.

SP2 plan de aprovisionamiento al cliente El cliente siempre contara con un equipo especializado dispuesto a mantener un plan de negocios acorde a cada tipo de necesidad y sus volúmenes de compra, con el fin de no afectar los intereses comunes de cada parte, manteniendo unos estándares de relación establecidos por el respeto, la seguridad y la calidad del servicio ofertada en cada producto puesto en manos del consumidor.

SP3 planes de fabricación enfocados a un cliente potencial Para la empresa siempre el cliente tiene la razón y por tal motivo se cuenta con un esquema de ventas enfocado a satisfacer la necesidad del cliente, quien en muchas ocasiones tiende a que los productos ofertados en el mercado surjan variaciones determinadas por su necesidad para que sean llevadas a cabo debido a la buena relación comercial que se mantiene. Muchas de estas variaciones suelen ser personalización de sus productos, introducción de nuevos y mejorados componentes o colocación de adicionales en el producto para mayor atracción del consumidor.

SP4 Plan de entregas enfocado a satisfacer la necesidad del cliente La empresa establece un programa de fabricación interno determinado por las fechas de entrega en que el cliente espera recibir su producto y por tal motivo durante la negociación se determinan cláusulas de incumplimiento que le permiten al cliente mantener una seguridad en cuanto a su esquema de abastecimiento que en caso de que no se llegue a dar proteja sus intereses y le permitirá obtener una renegociación con la empresa siempre pensando en la mejor opción de acercamiento que beneficie las dos partes sin generar gran impacto económico.

SP5 Plan de devoluciones (empresa cliente) (cliente empresa) La Compañia cuenta dentro de su esquema de red logístico con la asociación de empresas dedicas al envió, entrega y recibimiento de productos que son puestas a disposición de los clientes para que una vez se haya efectuado una comunicación oportuna y acertada de la no conformidad del cliente este pueda

acceder a una óptima y oportuna respuesta de reposición y envió de la mercancía o producto afectado sin perjudicar sus estándares comerciales.

Aprovisionamiento

Conjunto de actividades mediante la cual se abastece a la empresa de materiales necesarios para su funcionamiento.

Fases de aprovisionamiento:

SP1. Determinación de necesidades: Esta proviene de un requerimiento de material para la fabricación de un producto o servicio que la compañía solicita.

SP2. Determinación de una fuente de aprovisionamiento: Esta parte cuenta con varios proveedores que nos ofrecen el material necesario; para seleccionar el proveedor debemos tener en cuenta peticiones de la oferta, pedidos abiertos y planes de entrega.

SP3. Selección de proveedores: juega un papel importante la calidad, plazos de entrega y formas de pago, para realizar la elección de nuestro candidato.

SP4. Tratamiento del pedido: también conocido como contrato de compra es el documento donde solicitamos al proveedor la cantidad de material con especificaciones como códigos y números de nuestro producto.

SP5. Seguimiento del pedido: Es verificar en qué estado se encuentra nuestro pedido, que cumpla con la fecha de entrega pautada y las condiciones especificadas con anterioridad.

SP6. Entrada de mercancías: recepción de mercancía en nuestras instalaciones con documentos que nos muestren como el destinatario y que los datos estén claros para verificar el ingreso.

SP7. Verificación de facturas: Revisar que nuestro pedido y material entrante coincida con la factura tanto en cantidad con especificación, resaltando los datos de nuestro proveedor para la parte contable de la compañía realice el pago correspondiente.

Proceso de primer nivel gestión de existencias

La cadena de suministro de Groupe Seb, para el manejo de las existencias se desarrolla en búsqueda de un equilibrio en tiempos y circulación de bines hasta los clientes, con el objetivo de reducir los costos al mínimo aceptable, con un almacenamiento de productos, que se base en las necesidades o requerimientos del mercado, también evitando el daño de productos, para mantener un flujo de productos hacia el consumidor según sus necesidades con un alto nivel de servicio al cliente. Groupe Seb, tiene como objetivo mantener un equilibrio entre el almacenamiento y la demanda del producto por sus clientes, con el propósito de reducir costos de almacenamiento, pero a su vez responder a la demanda o necesidades del cliente.

La aplicación del modelo APICS – SCOR dentro de Groupe Seb para el nivel de gestión de existencias se implementaría con los siguientes procesos y que van de la mano con un trabajó transversal con otras áreas de la empresa como son compras, contabilidad, aprovisionamiento, planeación, finanzas, producción y externamente con proveedores y clientes, mediante una serie de procesos que deben ser tenidos en cuenta para reducir los costos y ofrecer un buen producto.

Ilustración 22 Gestion del Stock
Fuente: Elaboración propia

Procesos de segundo nivel

SE1 Existencia según su clase

Es importante para caculos de almacenamiento, y poder aplicar métodos cuantitativos, conocer las características del bien almacenado, con el fin de realizar una clasificación para determinar el lugar correcto de almacenaje. Este proceso contempla el stock de seguridad, medio, anticipado, sobrante y activo que se ven involucrados bajo el factor demanda.

Procesos de tercer nivel

SE1.1 Existencia según su función

SE1.2 Existencia según su naturaleza

SE1.3 Existencia según su importancia

SE2 Existencia según la demanda

Toda existencia se debe fundamentar en el estudio y conocimiento real del mercado, es necesarios realizar previsiones de ventas para así realizar una gestión de existencias, ya que las ventas tienen indicadores diferentes durante un año con ventas que se concentran en ciertas épocas, el stock será diferente según su demanda.

SE3 Existencia según el plan de servicio

La gestión de existencia será determinada, según la calidad del servicio al cliente, si por motivos de retraso o ruptura de stock la demanda del consumidor no se cumple, es probable que estos busquen el bien en un mercado diferente o competidor directo.

SE4 Existencia según sus costes

Se debe realizar un equilibrio en las existencias del stock, este garantiza el servicio, pero a su vez eleva los costes de almacenamiento, para conocer el coste de existencia se debe realizar los siguientes procesos de tercer nivel.

SE4.1 Existencia coste por adquisición

SE4.2 Existencia coste por pedidos

SE4.3 Existencia coste por pedidos

Proceso de primer nivel gestión de almacenes

La cadena de suministro de Groupe Seb, para el manejo de gestión de almacenes opera con el propósito de almacenar y controlar las materias primas o productos reduciendo

operaciones y tiempos, en otras palabras, busca la mejor ubicación y de qué manera se almacenará, como herramienta o recurso utiliza un programa de gestión de almacenes, para optimizar la capacidad y los recursos humanos y técnicos.

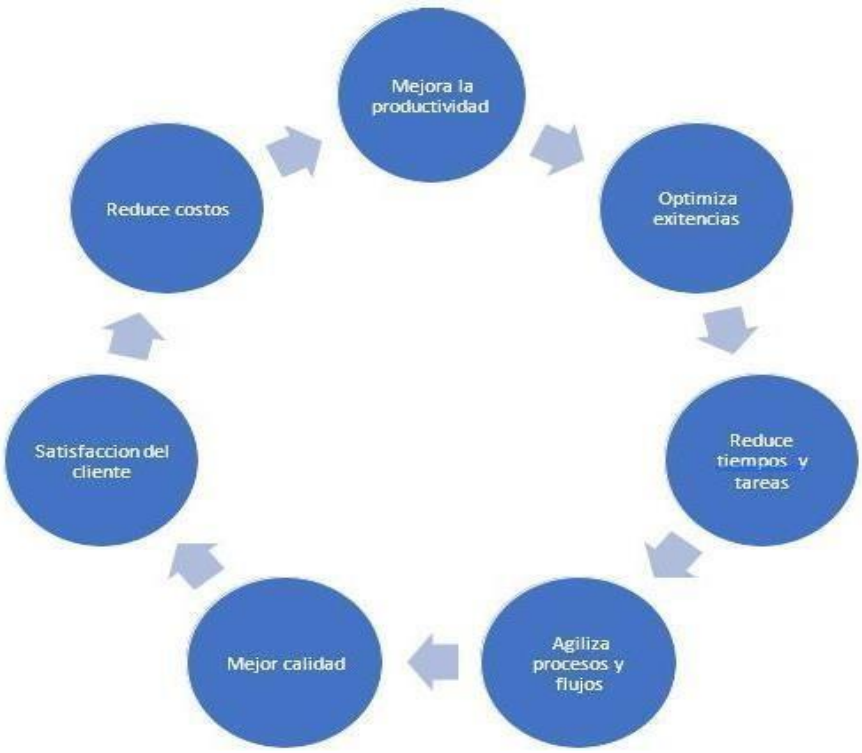


Ilustración 23 Gestion de Almacenes
Fuente: Elaboración propia

La aplicación del modelo APICS – SCOR dentro de Groupe Seb para el nivel de gestión de almacenes con el fin de garantizar la rapidez, control de existencias, fiabilidad en cantidades, ubicaciones de almacenaje correctas y optimización del espacio de involucrar los siguientes procesos de segundo nivel:

SA1 Programa en gestión de almacenes

Permite que las actividades se ejecuten fácilmente a mayor rapidez y precisión teniendo un control de las entradas, salidas, información directa del producto ubicación, cantidades, estado, descripción y fechas, teniendo un control real de la existencia o el stock y reduciendo tareas u errores de almacenaje.

SA2 Organización de las mercancías en el almacén

Para organizar las mercancías en el almacén se pueden tener diferentes criterios normalmente su ubicación se estable según su peligrosidad, compatibilidad entre productos, necesidad del producto, tamaño, forma y demanda del producto. Los movimientos de entrada y salidas de un producto dentro del almacén tienen que ser registrados en el programa de gestión de almacenes, con el propósito de tener un stock o inventario controlado real y confiable.

SA3 Gestión de existencias

Se establece un programa de control de entrada y salida del producto con el fin de realizar rotación de inventario donde lo último que entra sea ubicado de manera que facilite la salida del producto almacenado con mayor antigüedad.

SA4 Identificación de ubicaciones

Es importante en cualquiera de las bodegas de almacenamiento establecer un sistema de codificación, que facilite la gestión, flujos de entrada, salida e inventarios esta identificación se debe realizar tanto en los estantes de almacenamiento como pasillo u ubicación.

Identificación de los flujos en la Cadena de Suministro de la empresa Groupe Seb

Conceptualización y contextualización

La información para las industrias a la hora de obtener mayores resultados mediante el buen análisis y la correcta clasificación de la información se convirtió en una herramienta operacional muy esencial en cada una de las estepas productivas, para que junto al proceso que determina el flujo adecuado del dinero que ingresa y sale de las empresas se vuelvan fases determinantes capases de mantener un gran equilibrio económico, industrial y operativo en cada operación comercial de la organización

Y es a partir de esto que se plasma a continuación un análisis objetivo del esquema de una empresa seleccionada y su flujo de información, su flujo de dinero y de producción que debe cumplir y llevar a cabalidad de una forma sistemática para poder ser cada vez mucho más competitiva y cumplir sus objetivos industriales, comerciales y económicos, adicionalmente se realizara un análisis comparativo con base en el banco mundial que permitirá comprender la situación comercial y de competitividad de Colombia respecto a otros países a nivel comercial.

Análisis de los flujos en la Cadena de Suministro de la empresa Groupe Seb

Para Grupo Seb la información y su correcto manejo se convierten en uno de los eslabones más importantes a la hora de logra ser cada vez más ágil, eficaz y competitivos en el mercado, llevando a la empresa a destinar una gran cantidad de recursos económicos, digitales y

de formación de los diferentes equipos de trabajo, que soporten el correcto análisis y tratamiento de los datos obtenidos en cada una de sus etapas productivas y de comercialización.

Dicha situación ha permitido que la empresa se caracterice por su gran gestión interna y externa a la hora de tomar las mejores decisiones en pro del bienestar y desarrollo del conocimiento de cada necesidad requerida en:

- Dentro de la empresa la información debe ser oportuna y con un análisis coherente y real
- La base principal del éxito siempre ha sido la efectividad y rapidez de la entrega de la información proponiendo un estado de bienestar para la compañía.
- Dentro de cada actividad realizada en la empresa existe un enlace de información que se trata según cada estructura organizacional, con una persona líder capaz de enfocarla a la solución.
- El estudio anticipado de los recursos le ha permitido a la empresa obtener resultados muy eficientes a la hora de tratar los datos y sus resultados.

En general el buen uso de la información para la organización ha radicado principalmente en optar por los recursos administrativos esenciales, que logren satisfacer cada tipo de necesidad dentro de su estructura operativa.

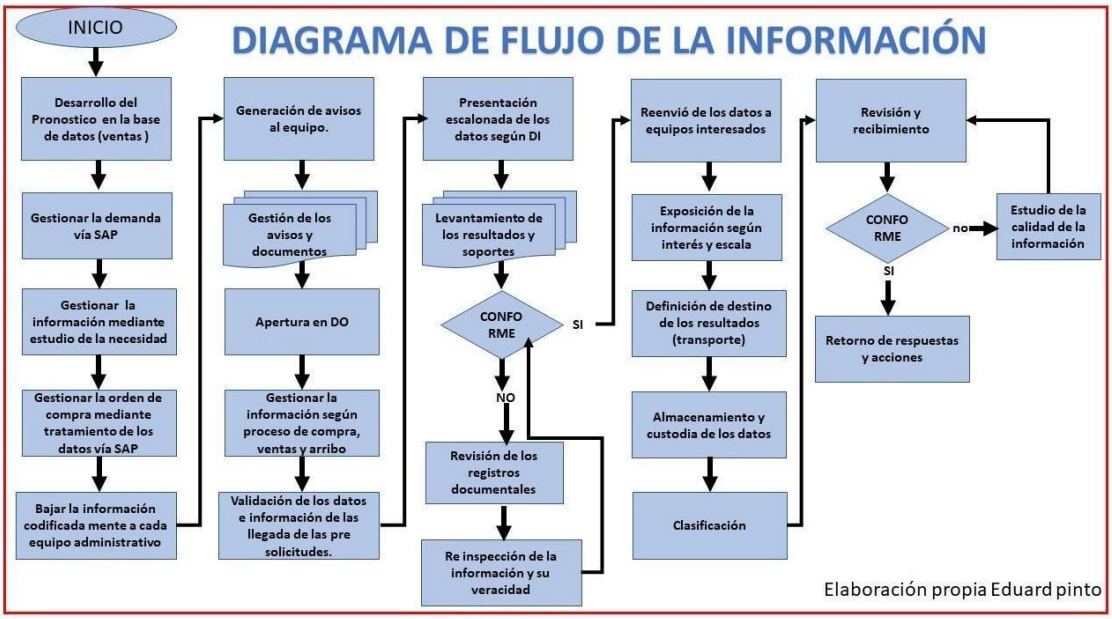


Ilustración 24 Flujo de la Informacion
Fuente; Elaboración propia

Como en toda empresa el flujo del dinero es otra parte de vital importancia cuando se trata de la compra y venta de productos y materiales, ya que de su correcta gestión de es dependerán los excelentes resultados y el crecimiento económicos para la empresa.

Por tal motivo la empresa cuenta con un equipo de costos y compra encargado de evaluar y gestionar.

- Las órdenes de compra mediante la necesidad y disponibilidad en el mercado
- Integrar proveedores y evaluar futuros, según sus precios y calidad
- Establecer presupuesto a cada centro de costos de la compañía según sus necesidades de requerimiento anual.
- Generar seguimiento y gestionar recursos necesarios para que cada producto cumpla con el PRU asignado.

- Soportar los proyectos mediante la asignación de recursos que permitan obtener un mayor ahorro económico en su estructura productiva.

A partir de estos parámetros el equipo de compras y costos de la empresa ha logra gestionar los requerimientos necesarios de materiales, pagos a proveedores y equipos operativos, cumpliendo con todos los objetivos asignados anualmente en temas de producción, despachos y proyectos de ahorro.

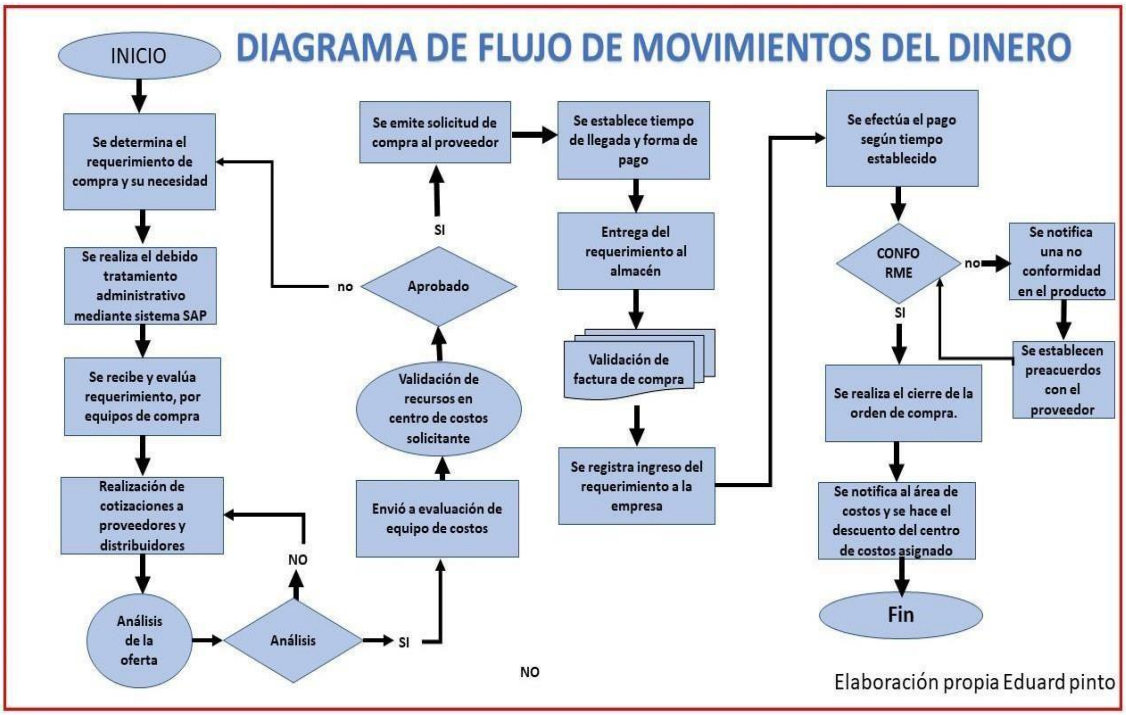


Ilustración 25 Flujo de Movimientos
Fuente: Elaboración propia

Para Grupo Seb sus productos principales son los ventiladores y licuadoras el cual requiere de 9 procesos dentro del diagrama de flujo ya que allí se ve reflejado desde la compra de materia prima seguido del almacenamiento que consiste en mantener siempre en buen estado todo lo requerido por la producción, luego todo lo relacionado con la fundición del plástico en

los moldes y todo lo que conlleva para este proceso, están los componentes para el codificado, la decoración, la tampografía de los productos, para luego seguir ubicados dentro de las cajas que serán destinadas dentro de una estiba, para luego ser trasladados dentro del almacén y por ultimo llegar a los clientes.

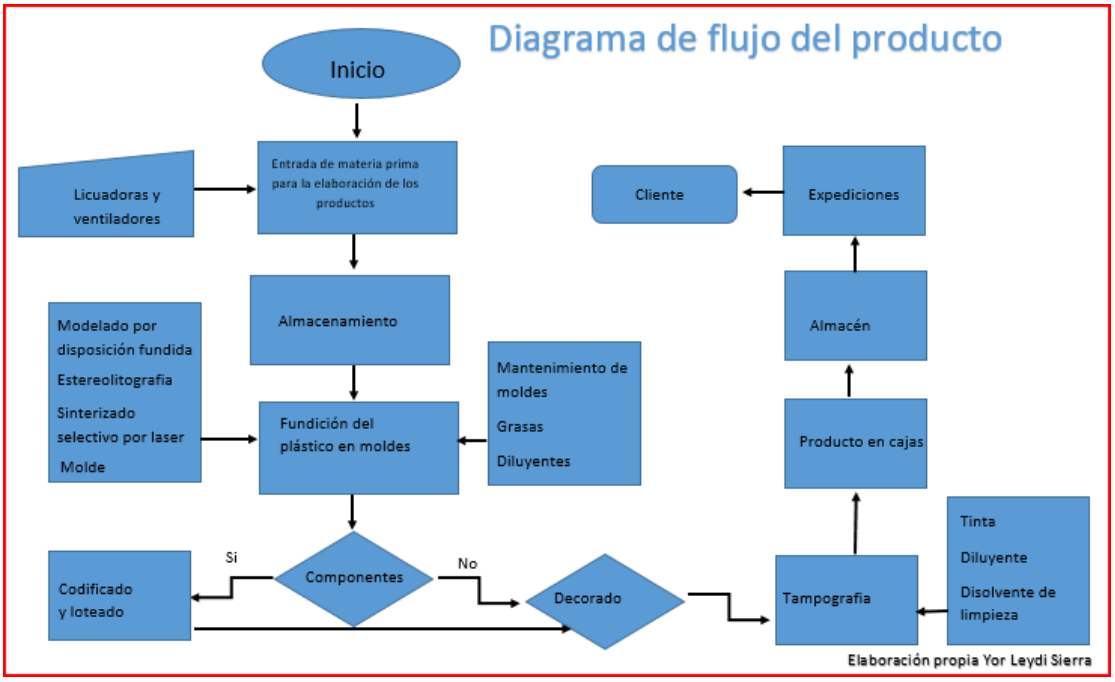


Ilustración 26 Flujo del Producto
Fuente: Elsbotsvión propia

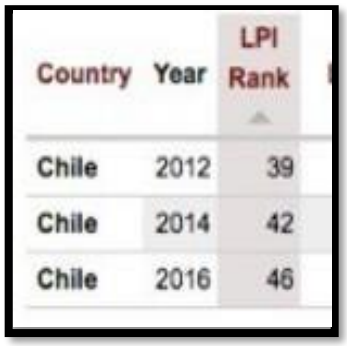
Colombia y el LPI del Banco Mundial

Cuadro comparativo con base en el LPI (Índice de desempeño logístico) del banco mundial entre Colombia y chile.

Tabla 13 *Indice desempeño*

Fuente: Elaboración propia

Comparativo índice de desempeño logístico			
Colombia		Chile	
Año 2012	En este año "el banco mundial dio a Colombia una calificación de 2,87 sobre 5 en logística, ocupando el puesto 64 entre 155 naciones. El menor puntaje que obtuvo fue en el tema aduanero con" (Prensa, 2016) un 2,65.	Año 2012	Su puntuación fue de 2,70 en una escala de 5, a pesar de las altas puntuaciones en cuatro de los seis indicadores tuvo un balance negativo final. Ocupa el puesto
Año 2014	Este año no fue tan bueno para Colombia ya que para el 2014 ocupó el puesto 97 entre 160 países. Los indicadores con más baja puntualidad son puntualidad,	Año 2014	"Ocupa el puesto 42 dentro de 160 países" (Prensa, 2016). Las prioridades que permitirán que chile llegue a su meta son la infra estructura portuaria, estrategias efectivas que

	infraestructura, ausencia de transporte multimodal.		permiten “celeridad en los tiempos de atención a buques” (Murillo, 2018) centralización de herramientas tecnológicas.
Año 2016	Para el 2016 ocupamos el lugar 94 entre los 160 países, teniendo inconvenientes con los temas de infraestructura, altos costos de transporte, falta de eficiencia en temas aduaneros.	Año 2016	Chile ocupa el lugar 46 en el Rankin mundial, mejorando su indicador general. 
Año 2018	“El índice de desempeño logístico ubico a Colombia” (Murillo, 2018) para el 2018 en el puesto 58 de los 160 países participantes, demostrando así importantes avances como lo son precios competitivos en envíos, eficiencia de procesos ente otros.	Año 2018	Para el 2018 chile se posiciona en el puesto 46 manteniendo sus planteamientos de mejora continua y centrando sus esfuerzos en cumplir sus objetivos para el 2030.

Country	Year	LPI Rank
Chile	2012	39
Chile	2014	42
Chile	2016	46

CONSEJO NACIONAL DE COMPETITIVIDAD

Departamento de Información Estratégica

Tabla 4. Desempeño Logístico en Latinoamérica y el Caribe, por países

	2016		2018		Variación	
País	Ranking	Puntuación (1-5)	Ranking	Puntuación (1-5)	Rank	Puntuación (1-5)
Chile	46	3.25	34	3.32	▲ 12	▲ 2.11%
Panamá	40	3.34	38	3.28	▲ 2	▼ -1.85%
México	54	3.11	51	3.05	▲ 3	▼ -2.01%
Brasil	55	3.09	56	2.99	▼ -1	▼ -3.31%
Colombia	94	2.61	58	2.94	▲ 36	▲ 12.60%
Argentina	66	2.96	61	2.89	▲ 5	▼ -2.55%
Ecuador	74	2.78	62	2.88	▲ 12	▲ 3.69%
Costa Rica	89	2.65	73	2.79	▲ 16	▲ 5.39%
Paraguay	101	2.56	74	2.78	▲ 27	▲ 8.63%
Perú	69	2.89	83	2.69	▼ -14	▼ -6.92%
Uruguay	65	2.97	85	2.69	▼ -20	▼ -9.73%
República Dominicana	91	2.63	87	2.66	▲ 4	▲ 1.31%
Honduras	112	2.46	93	2.60	▲ 19	▲ 5.73%
El Salvador	83	2.71	101	2.58	▼ -18	▼ -4.81%
Bahamas	78	2.75	112	2.53	▼ -34	▼ -8.16%
Jamaica	119	2.40	113	2.52	▲ 6	▲ 4.93%
Trinidad y Tobago	121	2.40	124	2.42	▼ -3	▲ 0.72%
Guatemala	111	2.48	125	2.41	▼ -14	▼ -2.49%
Bolivia	138	2.25	131	2.36	▲ 7	▲ 4.75%
Guyana	85	2.67	132	2.36	▼ -47	▼ -11.57%
Venezuela	122	2.39	142	2.23	▼ -20	▼ -6.76%
Cuba	131	2.35	146	2.20	▼ -15	▼ -6.36%
Haití	159	1.72	153	2.11	▲ 6	▲ 23.09%

Fuente: LPI 2018, Banco Mundial

Ilustración 27 Desempeño Logistico
Fuente Consejo nacional de competividad

Items de evaluacion

ITEMS
LPI
Aduanas
Infraestructura
Envíos Internacionales
Competencia de servicios logísticos
Seguimiento y rastreo
Puntualidad

Ilustración 28 Items LPI
Fuente: Elaboración propia

El Efecto Latigo (The Bullwhip Effect)

Demand-forecast updating (Actualización de la previsión de la demanda)

En la actualidad la prevención de la demanda es quizás el factor mas importante en la industria, permitiendo administrar de una manera muy eficaz los recursos y gestionar las operaciones con mayor efectividad a la hora de buscar mejorar los resultados.

Y es que del correcto planteamiento de la futura demanda de la empresa depende la optimización de los recursos que se hacen necesarios para llevar a cabalidad la producción de los productos y el acorde cumplimiento con fechas establecidas por los clientes y sus consumidores.

Pero aun entendiendo la importancia de prevenir la demanda de los consumidores y querer estar siempre lo mejor posible actualizado con la eficacia de la información muchas empresas como Grupo Seb tienden a caer en errores de gestión administrativa y comercial por factores inesperados como:

El ciclo de vida de los productos genera etapas cambiantes en su proceso de desarrollo, arrojando resultados no óptimos en donde productos que se pensaba que en determinado momento debían salir del mercado, terminan siendo un producto esencial para uno o varios clientes, lo cual con lleva a que la empresa termine dandoprioridad a requerimientos que no se contemplaban dentro de el proceso de fabricación.

Otro factor esencial y que afecta la constante actualización de la prevención de la demanda son los clientes que requieren productos personalizados, actividad que cadavez se hace mucho más común en el mundo comercial, pero que al no ser analizada de una forma correcta por el equipo comercial puede llegar a impactar de forma

negativa la cadena de abastecimientos y recaer en sobre costos o inventarios innecesarios.

En generar cada empresa se puede ver afectada a la hora de la actualización de la prevención de la demanda según su necesidad y utilidad para la cual ha creado cadaproducto, pero en el caso de Groupe Seb uno de los factores que mayor tiene incidencia, es el estado variable del tiempo ya que gran parte de su desarrollo económico y comercial se basa principal mente en la venta de Ventiladores y Licuadoras productos que se hacen muy necesarios en épocas de gran calor.

"Es por esto por lo que la empresa siempre opta por contar con equipos y tecnologías lo suficiente mente capaz de generar una previsión muy cercana a la demanda real y de tal manera evitar los sobrecostos, perdidas innecesarias de tiempo y sobre producciones innecesarias" (Conexionesan, 2018).

Order batching (Ordenar por lotes)

En la actualidad aun es muy común que muchas empresas aun trabajen con el sistema de producción por lotes ya que este tipo de sistema no requiere una gran especialización de sus equipos operativos y su planificación es más fácil y asequible de llevar para obtener los resultados esperados, pero en su trasfondo esto le llega a generar a la empresa ineficiencias operativas como las que se mencionan a continuación y que son muy comunes dentro de la empresa objeto de estudio afectando su buen desarrollo comercial y competitivo.

La baja flexibilidad a los cambios repentinos genera retrasos en la producción del producto afectando fuertemente la eficiencia operativa y generando una difícil adaptación de las demandas de sus clientes que en ocasiones se traduce en horas detrabajo adicional.

Se generan mas tiempos muertos en las operaciones de trasporte, operaciones de ensamblado del producto y distribución de los componentes, lo cual al final se traduceen sobre costos de producción.

La espera de los próximos lotes genera que las materias primas no sean aprovechadas de forma eficiente, ocasionando constantes paradas innecesarias y perdida de tiempos productivos que generan retrasos en la programación de las líneas de producción.

Es muy constante que los plazos de entrega se retrasen cayendo en sobre costos por pagos de multas por incumplimiento al cliente.

En la empresa es común que cuando se realiza este tipo de producción se observen los 8 desperdicios (MUDAS) industriales durante el desarrollo de la producción detectando no conformidades e ineficiencia operativas a causa de la producción lote alote.

Por tal motivo la empresa esta entrando en un proceso de desarrollo, gestión y puesta en marcha de las herramientas y recursos que ofrece el Lean Manufacturin con la finalidad de poder ser cada vez mas competitivo y eficaz en sus procesos productivos y de desempeño operacional.

Price fluctuation (Fluctuación de precios)

Esta es quizás una de las etapas más significativas para las empresas ya que a medida que cada producto gana o pierde competitividad en el mercado, se deben planificar nuevas estrategias de ventas que en ocasiones favorece el producto y en otras desfavorece su precio inicial de venta, llevando a que la empresa tome medidas estratégicas para impulsar las ventas de los productos como sucede en la empresa objeto de estudio donde se deben realizar acciones competitivas como:

Diseño de promociones del producto donde por la compra de uno se adquiere unproducto adicional impulsando su compra e impulsando el mercado.

Diseño de campañas publicitarias que brindan descuentos al comprador por motivos especiales y que terminan en ventas de mayor cantidad y abundancia del producto enel mercado.

Ventas del producto en canales B2B por compras al por mayor que terminan en una negociación por un valor inferior al normalmente puesto en el mercado.

Pero este tipo de acciones generalmente terminan afectando los pronósticos de ventas de los lugares en donde se realizan estas actividades ya que muchos de los consumidores se ven atraídos por estas ofertas y terminan comprando en gran cantidad, abundando el mercado y evitando que los centros de cadena y sus almacenes vendan en las cantidades que se acostumbraba, afectando no solo su economía sino los márgenes de pedidos que generalmente se realizan a la empresa y otros factores internos:

Precios adicionales en marketing que no se contemplan en el desarrollo inicial del producto.

Tendencias inesperadas donde el cliente espera los mercados de ofertas para de esta manera abastecer su necesidad a precios más bajos.

“Cambios inesperados en el comportamiento de algunos clientes que dependiendo la oferta de la empresa pueden tender a pensar que el producto es de mala calidad o cuenta con inconsistencias en su diseño cambiando la perspectiva de la marca” (Henderson, 2020).

Shortage gaming (Juegos de escasez)

El juego de la escasez para la empresa y sus proveedores también juega un papel muy importante dentro del sistema de gestión comercial ya que la empresa debe entrar en una etapa de prioridades donde se espera no afectar la calidad del producto ni perder a ninguno de los clientes potenciales y evitar al más mínimo la pedida de futuras ventas. Razón por la cual genera acciones como:

Introducción al mercado en común acuerdo con los clientes de productos con las mismas características de funcionamiento, pero con cambios en sus empaques o imagen sin afectar la perspectiva del cliente.

Ofertas de productos similares al requerido y que llegan a cumplir el mismo desempeño funcional para el comprador.

Despacho de productos en cantidades mínimas que logren mitigar de cierto modo la expectativa inicial del cliente y sigan manteniendo su interés de compra.

Integración de nuevos proveedores en la cadena de suministros con características de calidad diferentes a la inicial pero que cumplen con el nivel esperado y satisface la necesidad requerida por la empresa.

Todas estas acciones hacen parte del juego de escases que se da en la empresa pero que se destinan con el fin de mantener una economía estable para la organización y poder mantener unos niveles de producción lo mas acorde posible a la demanda del cliente, potencializando la flexibilidad y cumplimiento de las fechas de entregas programadas.

Gestión de Inventarios

Conceptualización y contextualización

Uno de los elementos más importantes para alcanzar el éxito empresarial es la prevención de la demanda es quizás el factor más importante en la industria, permitiendo administrar de una manera muy eficaz los recursos y gestionar las operaciones con mayor efectividad a la hora de buscar mejorar los resultados.

Con lo anteriormente mencionado se plantea la siguiente pregunta ¿es importante que la empresa cuente con inventario? Si por que el objetivo de este trabajo es determinar si la empresa Grupo Seb, en lo cual cuenta con un sistema de almacenamiento centralizado y su sede principal es Medellín desde este punto la empresa recibe todos sus productos y se despachan a sus clientes.

Estrategia propuesta para la gestión de inventarios en la empresa Grupe Seb a partir del diagnóstico realizado.

Como instrumento de consulta se establece un manual o procedimiento de gestión del inventario, en donde se establece los procesos que garanticen la entrada, control y salida de bines.

Como primer paso la empresa recibe una solicitud de pedido según la referencia que desea fabricar y la cual es estudiada por el equipo de producción.

Tabla 14
Solicitud de Pedido
Fuente: Elaboración Propia

Planta	Planificado	Pdp Establecido	Entradas a la Fecha	Impacto	Cumplimiento a la Fecha	Cumplimi Neto Mes
Cajica	Ventiladores	52.550	61.932	47.450	118%	92%
	Licuadoras	286.834	115.304	106.834	40%	
	Coffe Grinder	35.458	26.850	4.000	76%	
	Pequeños	7.492	3.672	4.556	49%	
	Repuestos	87.345	87.995	32.655	101%	
	Total Cajica	469.679	295.753	35.285	63%	

Nota: Esquema productivo definido mediante la fabricación mensual del producto y sus % de cumplimiento diario, para lograr las metas establecidas comercialmente.

En este punto se podrá determinar la planta asignada de producción el producto que se desea fabricar y su número en cantidades, también se obtiene acceso a las entradas de producto al almacén de producto terminado y su nivel de cumplimiento según lo esperado en el mes. Como segundo nivel se evaluarán las materias primas existente en el almacén de materias primas.

Tabla 15
Stock de Materias Primas
Fuente: Elaboración Propia

Cto	Componente	CP	Descripción	Tipo	Cant
1803	5820003573	PD	Cinta Transp Sin Impresion 48mmx100mt	z58r	22%
1803	5860012782	PD	Caja Master Repuesto S11 50 X 50 X 22cm	z58r	17%
1803	5860012902	PD	Etiq.Transferencia Termica 40 X 30mm	z58r	30%
1803	5800000709	M0	Tapa Vaso Licuadora Optimix Negra	z58f	80%
1803	5861022664	PD	Polipropileno 11h Big Bag	z58r	24%
1803	5861026001	PD	Coloran Rem Blanco Nieve 1007 Pl0360657	z58r	6%
1803	5861029732	PD	Polipropileno Pp Blanco Reciclado	z58r	3%
1803	5860013423	PD	Cinta Negra Para Etiq Adhesiva 110mm X	z58r	0%

Cto	Componente	CP	Descripción	Tipo	Cant
1803	5860013422	PD	Etiqueta Transf Termica 76 X 127mm (Ind	z58r	17%
1803	5860012902	PD	Etiq.Transferencia Termica 40 X 30mm	z58r	50%
1803	5861031467	PD	Tubo Pintado Bl Vent Airprotec Imp	z58r	80%
1803	5860013423	PD	Cinta Negra Para Etiq Adhesiva 110mm X	z58r	0%
1803	5860012771	PD	Bolsa Plastica 20x30cm Cal-2 (Tapa Vaso	z58r	25%
1803	5860012902	PD	Etiq.Transferencia Termica 40 X 30mm	z58r	27%
1803	5800000709	M0	Tapa Vaso Licuadora Optimix Negra	z58f	60%
1803	5861022664	PD	Polipropileno 11h Big Bag	z58r	6%
1803	5860013206	PD	Bolsa Plastica 90x110cm Cal 3 Peld	z58r	0%

Cto	Componente	CP	Descripción	Tipo	Cant
1803	5861026001	PD	Coloran Rem Blanco Nieve 1007 Pl0360657	z58r	70%
1803	5860013423	PD	Cinta Negra Para Etiq Adhesiva 110mm X	z58r	0%
1803	5860012782	PD	Caja Master Repuesto S11 50 X 50 X 22cm	z58r	2%
1803	5820003573	PD	Cinta Transp Sin Impresion 48mmx100mt	z58r	2%
1803	5820003573	PD	Cinta Transp Sin Impresion 48mmx100mt	z58r	0%

Nota: Esquema con los % de materiales en stock dentro del almacen según su necesidad y características dimencionales y de espacio.

Esto permitirá determinar qué tan eficiente es el proceso de compra y reabastecimiento de la empresa respecto a cada tipo de necesidad y si se deben realizar acciones para mejorar el proceso. Como cuarto punto con la información otorgada por el sistema de inventarios en SAP se determinan las cantidades necesarias de piezas y productos para continuar con la fabricación y las cuales se deben encontrar ya en zona de almacenamiento listas para entregar a líneas de producción.

Tabla 16
Proceso de Compra
Fuente: Elaboración propia

Componente	Descripción	Cond	Inv
5,861E+09	Terminal Macho 1/8 Herpe	Nal	191.648
5,861E+09	Refuerzo Caja Ind Coffee Grinder	Nal	110.254
5,86E+09	Bolsa Plastica 12 X 17cm Cal-0.6 Biode	Nal	101.707
5,861E+09	Polipropileno 11h Big Bag	Imp	99.204
5,86E+09	Ens Eje Con Cuchillas 6 Mm Lics	Nal	93.792
5,861E+09	Vaso De Vidrio Calsodado Silv Pv	Imp	92.078
5,86E+09	Eje Soporte Motor Vent Turbo Silence	Nal	78.405
5,8E+09	Motor Power 127v 1vel Pu54351	Imp	76.800
5,861E+09	Tubo Carton Kraf Diam 49mmx1.8cm	Nal	66.543
5,861E+09	Micro Sw M3591a 250v Apg1104-R-Ddc02-01	Imp	58.116
5,861E+09	Vaso Plastico Lic Optimix Sub	Nal	51.391

Componente	Descripción	Cond	Inv
5,861E+09	Motor Vent 18mm B3.5v5-Ms07-S3u1g0 60hz	Imp	45.051
5,861E+09	Disco Emblema Ultra Sil Force Ng Sam	Imp	8.100
5,861E+09	Base Pedestal Vent Comfort Bl Neige Sub	Nal	7.476
5,861E+09	Caja Emp Vent Silence Force 2en1 Bl	Nal	6.492
5,861E+09	Caja Emp Ind Infin Rj 10v Plast T-Fa Mi	Nal	5.000
5,861E+09	Caja Emp Ultra Sil Force 2en1 S/Ref Ng	Nal	2.540
5,861E+09	Base Pedestal Vent Comfort Gris Sub	Nal	1.770
5,861E+09	Caja Emp Vent Silence Force 2en1 Gr	Nal	28
5,86E+09	148752n Extension 2c Awg-18 Spt2 60c 2.	Imp	25

Nota: Esquema con el proceso de compra unitario para cada producto, según su necesidad de requerimiento en las áreas productivas.

A partir de esta información serán lanzadas las ordenes de producción diarias que permitirán cumplir con el objetivo de entrega y determinar acciones para que no se retrase la producción. Como quinto punto se hace entrega del programa de producción a las líneas con las cantidades requeridas diariamente y su necesidad de venta en el mercado.

Programa Semana 50-52				W50							W51					W52			
CÓDIGO	MODELO			lun 13	mar 14	mié 15	jue 16	vie 17	sáb 18	dom 19	lun 20	mar 21	mié 22	jue 23	vie 24	lun 27	mar 28	mié 29	jue 30
LINEA VE	TILACIÓN TURBOSILENCE																		
5,861E+09	VE77303 VENT TURBO SIL MAXX 3IN1 ECU	1472	OK CAJA	1.472															
5,861E+09	VE77353 VENT TURBO SIL MAXX 3IN1 NG ECU	4500	cajas 5900 stock	2.144	2.356														
5,861E+09	VE34740 VENT ULTRA SIL FORCE 2EN1 BL	1100	Ok stock caja			1.100													
5,861E+09	VE34520 VENT ULT SILENCE FORCE PARED BL	2600	OK CAJA 5600			1.900	700												
5,861E+09	VE34510 VENT ULT SILENCE FORCE PARED NG	1504					1.504												
5,861E+09	VE77420 VENT SILENCE FORCE 2EN1 BL	3000	OK CAJA -DESVIACION EXT				800	2.200											
5,861E+09	VE77303 VENT TURBO SIL MAXX 3IN1 ECU	4000	OK Caja					800	3.200										
5,861E+09	VE77301O1 VEN TURBO SILENCE MAXX 3-1 B2B	1200	EXTENCION LLEGA 16								1.200								
5,861E+09	VE77420 VENT SILENCE FORCE 2EN1 BL	3300	ok caja								2.800	500							
5,861E+09	VE34730 VENT ULTRA SIL FORCE 2EN1 NG	3400	7000 cajasprint 18 dic									2.500	900						
5,861E+09	VE34780 VENT ULT SIL CTRL REMO 2EN1 NG	2000	OK CAJA										2.000						
5,861E+09	VE34730 VENT ULTRA SIL FORCE 2EN1 NG	3500	7000 cajasprint 18 dic											3.000	500				
5,861E+09	VE77430 VENT SILENCE FORCE 2EN1 GR	3000	CAJA CAJASPRINT 20 dic													3.000			
5,861E+09	VE77420 VENT SILENCE FORCE 2EN1 BL	2564	MICROEMPAQUE Autorizar caja														2.564		
5,861E+09	VE67350 1 VENT SILENCE FORCE PARED NG	1500	26 dic cajasprint															1.500	

Ilustración 29 Programacion
Fuente: Elaboración propia

En este paso se determinarán los niveles diarios de producción que se hacen necesarios para poder cumplir con las fechas de entrega al cliente por lo cual no se deben generar retrasos en el proceso o de lo contrario se deberá entrar en sobrecostos para poder llegar a las fechas pactadas. Como sexto y último paso se realiza notificación mediante el sistema SAP de las unidades de producto fabricado y se entrega al área de despachos mediante ordenes loteadas para que este realice su debido trasporte al centro de distribución.

Almacenamiento y control de bienes

Los bienes se tienen que almacenar en los lugares definidos para este fin, cumpliendo con lo definido en el documento de “Almacenamiento de bienes de Grupo Seb”. El acceso a los lugares de almacenamiento es restringido solo se permite el acceso al personal autorizado para mayor control de inventario.

Cuando se realice el proceso de verificación y entrada de almacén de los bienes recibidos, se deben posicionar o ubicar físicamente en la bodega de almacén pertinente y se lleva un control

de las cantidades a través del sistema de control de inventarios “software SAP”, de la empresa, allí quedaran cargados en los almacenes

virtuales en el momento que se hace el registro de la entrada.

La localización de bienes inventariar en el sistema de la empresa Grupo Seb se debe establecer de la siguiente forma:

Sitios: corresponde a las sedes de la empresa.

Almacén: lugar físico habilitado en cada sitio para el respectivo almacenamiento de bienes.

Ubicación: lugar fijo ubicado dentro de cada almacén, para el posicionamiento de los bienes identificados mediante una codificación.

El responsable de gestionar que los espacios físicos, destinados al almacenamiento tiene como responsabilidad verificar que se cumpla con:

- Las condiciones requeridas de acuerdo con las categorías de los productos y los lineamientos definidos en una guía para el almacenamiento de bienes”.
- Las condiciones en almacenes o bodegas
- Las condiciones descritas en las hojas de seguridad y fichas técnicas de los bienes almacenados.
- Condiciones especiales como: ventilación, condiciones de humedad y especificaciones de manipulación de los bienes, entre otros, para los casos que aplique.

Los traslados entre sitios se deben realizar únicamente entre almacenes, el traslado se debe realizar en el sistema de la compañía “SAP” módulo de inventarios, en el momento en que

se realice el despacho y el Auxiliar de Almacén del sitio de origen, debe notificar por correo electrónico al Auxiliar de Almacén del sitio destino sobre el número de pedido de transferencia generado en el sistema.

Para el almacenamiento de mercancía con lotes o fechas de vencimiento se debe manejar la rotación de inventario tipo FEFO (First Expires, First Out), para garantizar la entrada y salida de mercancía por fecha de expiración y orden de llegada.

Teniendo en cuenta que los bienes deben ser almacenados haciendo uso de estanterías, estibas y otras herramientas, estos medios de almacenamiento deben utilizarse para facilitar las ubicaciones de ciertos elementos en un almacén, motivo por el cual es necesario manejar una codificación que permita identificar las ubicaciones de manera práctica y rápida.

Dentro de su política de inventarios se debe establecer un modelo MTO “Make to order” se produce bajo pedido bajo un sistema PULL en donde se realiza un estudio de necesidad de la demanda de cada sitio de venta y con un modelo de distribución centralizado ya que desde un solo punto se abastece todo el mercado.

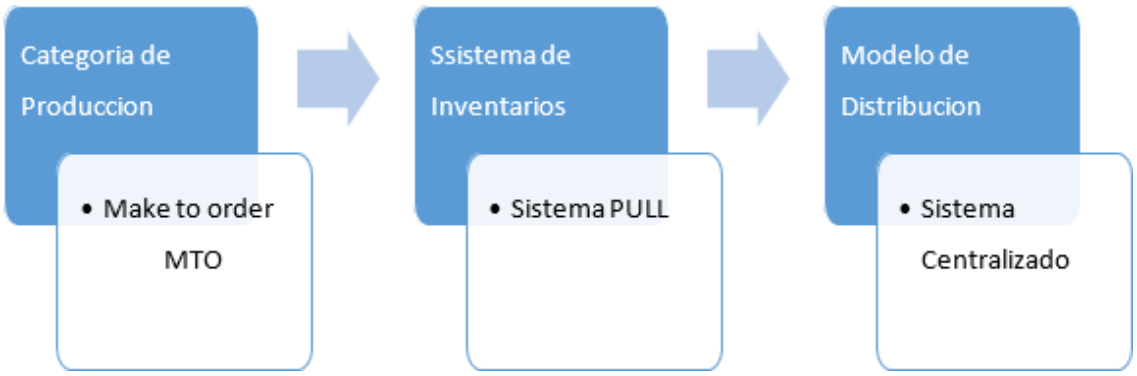


Ilustración 30 Esquema
Fuente: Elaboración propia

Análisis de las ventajas y desventajas de centralizar o descentralizar los inventarios de la empresa Groupe Seb

Ventajas:

Las ventajas de que la empresa Grupo Seb tenga centralizado el inventario son varias:

Disminucíon de costos: porque la mercancía debe de estar en un buen lugar de ubicación, de ventilación, fácil accesibilidad, buena iluminación, codificada de acuerdo con la ubicación.

Reducción de tiempos: esta ventaja es muy importante dentro de cualquier empresa, si las materias estas bien ubicadas, cualquier trabajador tiene fácil accesibilidad y reduce el tiempo de búsqueda, para que esto se lleve a cabo debe de haber un monitoreo por parte de la empresa Grupo seb para que de vez en cuando se le realice un monitoreo a las ubicaciones y se verifique con el físico si coinciden de lo contrario, retroalimentar el sistema de inventario para tener certeza luego de que si son las unidades que están en el inventario.

Accesibilidad: los colaboradores al momento de realizar una orden de producción, se les hace más fácil el adquirir las materias en un orden, luego solo deben tomar lo que necesitan y lo demás lo vuelven a dejar en la ubicación, para que cuando lo vuelvan a necesitar este en el orden que se fue encontrado.

Orden: el orden dentro de un inventario es fundamental ya que esto facilita que cualquier colaborador de Grupo Seb, pueda llegar de fácil acceso a una ubicación y si se necesita de emergencia se pueda tener rápido y fácil.

Cantidades exactas: el saber con cuantas unidades cuenta cada ubicación ayuda para que la empresa Grupo seb, no repercuta gastos adicionales por la falta de alguna materia que no sabía que no tenía en su stop y por no tener un número real dentro su físico vs el inventario.

El no tener centralizado el inventario en la empresa Grupo Seb, puede acarrear demandas por parte de sus clientes ya que al no haber algo dentro de su inventario no va a cumplir a tiempo con la demanda de sus pedidos, también demoras dentro de la producción ya que todo es una cadena.

Modelo de gestión de inventarios recomendado para la empresa Groupe Seb

En el control del inventario debe incluir como actores a la compañía, proveedores y clientes para así determinar las políticas de inventario, planificación de la demanda, compra, producción y distribución. El intercambio de información durante el proceso de la cadena de suministro es importante para que todos estos procesos se cumplan en los tiempos y cantidades establecidas sin extender tiempos que solo generan mayor costo en el inventario.

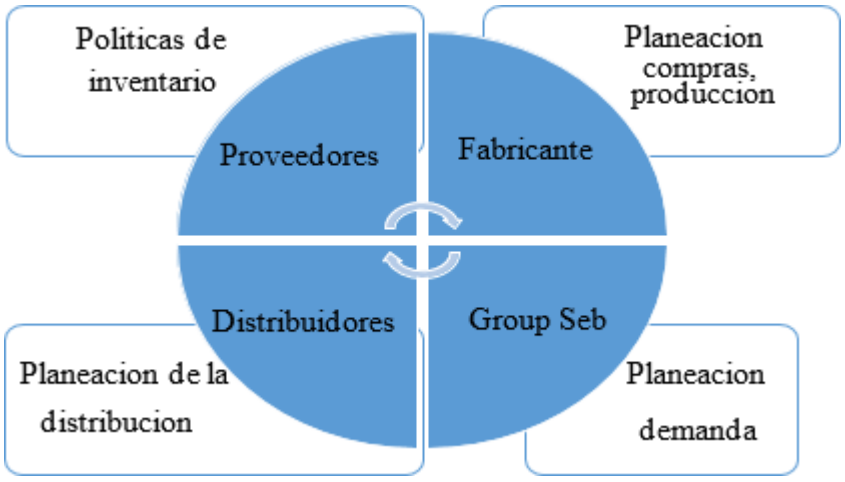


Ilustración 31 Planeación estrategica
Fuente: Elaboración propia

Pronósticos de la demanda de la empresa Groupe Seb

Para pronosticar la demanda la empresa recibe una solicitud de pedido según la referencia que desea fabricar y la cual es estudiada por el equipo de producción y compras para determinar las posibles solicitudes mensuales según inventarios de stock en bodegas y almacen.

Tabla 17
Solicitud de Pedido
Fuente: Elaboración Propia

Planta	Planificado	Pdp Establecido	Entradas Fecha	Impacto	Cumplimi Nto Fecha	Cumpli Neto
Cajica	Ventiladores	52.550	61.932	47.450	118%	92%
	Licuadoras	286.834	115.304	106.834	40%	
	Coffe Grinder	35.458	26.850	4.000	76%	
	Pequeños	7.492	3.672	4.556	49%	
	Repuestos	87.345	87.995	32.655	101%	
	Total Cajica	469.679	295.753	35.285	63%	

Nota: Esquema de solicitud de pedido para cada producto detrminado por la necesidad de compra de los clientes y los % de cumplimiento determinados mensualmente por la empresa.

El layout para el almacén o centro de distribución de la empresa Groupe Seb

El almacén es quizás el punto de referencia mas importante dentro de la empresa para lograr que se puedan ejecutar las operaciones de almacenamiento y distribución de una forma muy ordenada, permitiendo saber de una forma muy exacta los niveles de inventarios y stock mínimos o máximos con que la empresa cuenta y que le permiten tomar decisiones de fabricación de una forma optima y oportuna para los negocios comerciales.

Por dicho motivo es de vital importancia que la empresa cuante con las herramientas tecnológicas y de preparación interna a la hora de realizar cualquiera de los Layout dentro de la empresa ya que esto le permitirá tener una mayor disposición de las entradas y las salidas del producto, enfocando principalmente en los productos con mayor rotación para dar un tratamiento más eficiente y ágil a la hora de ser despachado y puesto en los medios de trasporte.

Dicho esto, a continuación, evaluaremos el siguiente Layout de almacenamiento de producto terminado de Groupe Seb con la finalidad de proponer uno nuevo que permita que la empresa evite principalmente los accidentes laborales como parte fundamental y posteriormente perdida de productos o sobre costos por exceso de inventarios. Teniendo como principales fundamentos, las estrategias de gestión de la empresa, las áreas de almacenamiento, sus procesos de distribución y la rápida ejecución de las operaciones.

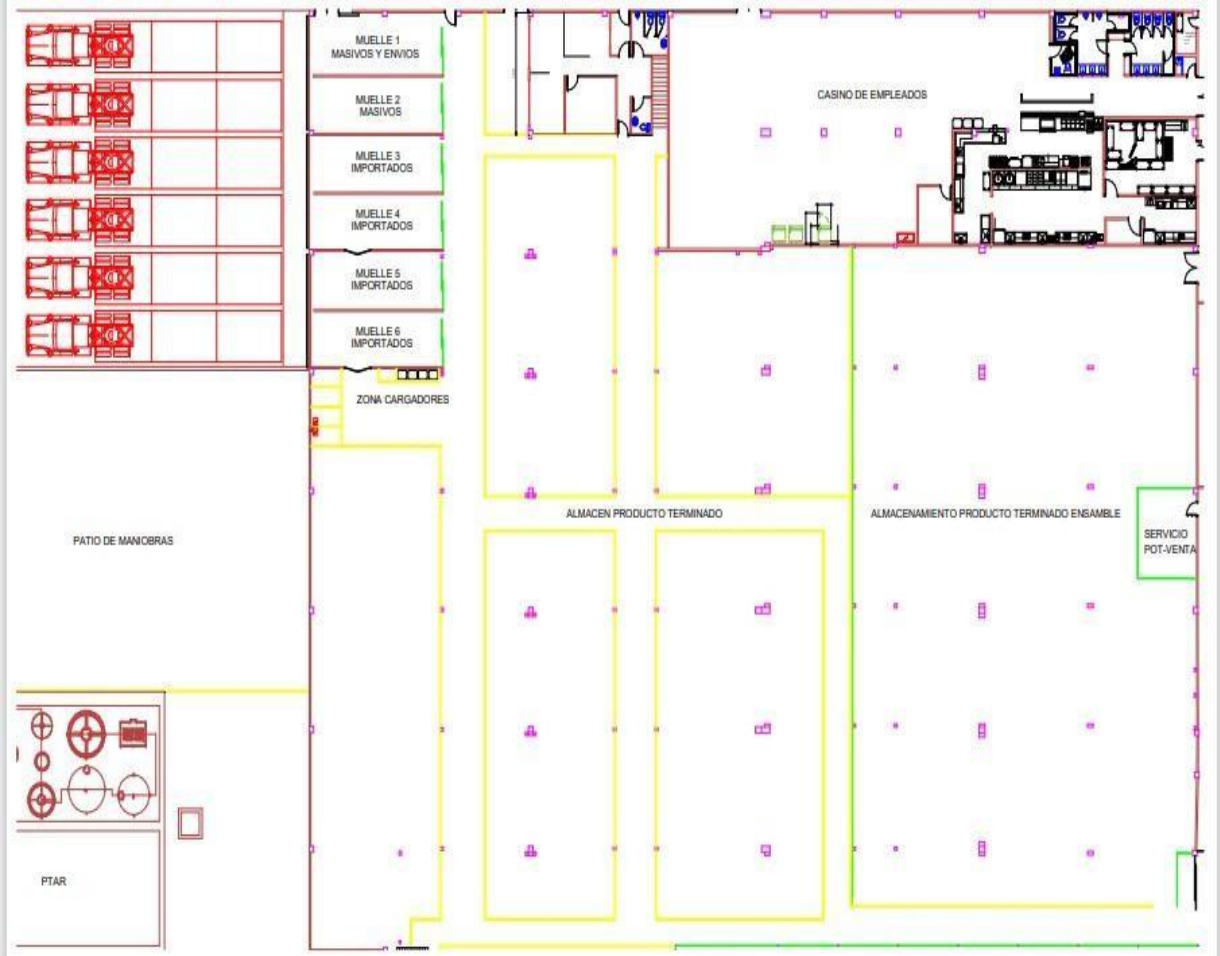


Ilustración 32 Layout
Fuente: Elaboración propia

Conceptualización y contextualización

Las decisiones que se toman en una organización frente a su modelo de layout son clave para determinar su eficiencia respeto a sus operaciones a largo plazo, el layout de la operaciones tiene varios factores estratégicos, ya que establece los factores competitivos de una organización como son su capacidad, flexibilidad, procesos y costes, un sistema de layout bien planificado ayuda a una organización a tener mayor efectividad de respuesta y a bajo coste, el siguiente

trabajo se desarrolla en diseñar un layout de mejora para la empresa de GroupSeb, buscando un mejora en su utilización de espacios, flujo de información, personas, equipos y flexibilidad.

Situación actual del almacén o centro de distribución de la empresa Groupe Seb

En el presente Layout la empresa cuenta con 11 zonas que se encuentran distribuidas de la siguiente manera y que en busca ser lo suficientemente eficiente para no retrasar las operaciones y evitar al más mínimo los sobre costos que generan las operaciones comerciales de tener que almacenar productos por sobreproducción.

- Zona de almacenamiento de producto terminado de las líneas de producción
- Zona asignada a almacenamiento de repuestos y productos de reclamaciones
- Zona de almacenamiento ventiladores
- Zona de almacenamiento productos pequeños
- Zona de almacenamiento licuadoras
- Zona de almacenamiento de productos canales B2B
- Oficinas de despacho
- Muelles de cargue
- Zona de equipos montacargas y cargadores
- Zona de camiones
- Patio de maniobras

Zona de almacenamiento de producto terminado de las líneas de producción

Esta zona ha sido destinada dentro del Layout para almacenar producto terminado que aún no ha recibido el ingreso oficial a zona de almacenamiento PT ya que el área de producción no ha realizado la respectiva notificación oficial vía sistema SAP que le permite al equipo

logístico saber cuántas tarimas y unidades de producto ingresan a almacén y de esta manera realizar su respectiva distribución.

Zona asignada a almacenamiento de repuestos y productos de reclamaciones

Esta zona ha sido asignada dentro del Layout como la zona almacenamiento de todos los repuestos que debe fabricar la empresa a solicitud de los clientes y adicionalmente debe soportar el almacenamiento y verificación de los productos que retornan a la compañía por previas reclamaciones.

Zona de almacenamiento ventiladores

Esta zona ha sido destina solo para realizar el almacenamiento de productos de todas las gamas de ventilación.

Zona de almacenamiento productos pequeños

Esta zona ha sido destina solo para realizar el almacenamiento de productos que son catalogados dentro de la empresa como productos pequeños.

Zona de almacenamiento licuadoras

En esta zona solo serán almacenados productos que pertenezcan al mercado de licuadoras en sus distintas gamas y formas.

Zona de almacenamiento de productos canales B2B

Esta es quizás una de las zonas con más fluido y espacio dentro del Layout, ya que es destinado para almacenar productos de todas las categorías y que pertenecen a los canales B2B quienes son los que realizan pedidos en poco tiempo y con mayores cantidades.

Oficinas de despacho

Dentro del Layout de almacenamiento se cuenta también con un área de oficinas con un equipo encargado de realizar los despachos del producto y recibir información de trasportes, devoluciones de productos y gestionar todas las operaciones logísticas que sean pertinentes para la correcta manipulación del producto.

Muelles de cargue

Esta zona se encuentra conformada por 6 muelles de cargue con espacio suficiente para hacer el alistamiento de los productos que posteriormente serán cargados a los camiones o medios de trasporte utilizados para despachar la mercancía.

Zona de equipos montacargas y cargadores

Dentro del Layout se cuenta también con una zona exclusiva para el estacionamiento de los equipos montacargas y la operación de cargue de sus baterías.

Zona de camiones

Se cuenta también con una zona destinada para el parqueo de los camiones, con capacidad de 6 camiones por cargue.

Patio de maniobras

Dentro del Layout también se cuenta con una zona libre, que permite la fácil maniobra de los camiones con gran capacidad de carga evitando posibles afectaciones y retazos en los cargues.

Líneas de producción

Ilustración 33 Lineas de producción
Fuente: Elaboración propia

Actualmente la empresa cuenta con 3 líneas de fabricación para licuadoras y 2 líneas de fabricación para la gama de ventiladores que se encuentran distribuidas de la siguiente manera en cada estación de trabajo destinada para una operación especifica.

Tabla 18
Lineas de Producto
Fuente: Elaboración Propia

Línea licuadoras			
Puesto de Trabajo	Operación	No. Operadores	Segundos
Impresión de la marca	1	3	12
Ensamblar motor	2	2	15
Realizar conexiones	3	2	22
Acomodar cables y tapar	4	2	30
Realizar falla dieléctrica	5	2	43

Armar caja empaque	6	1	20
Empacar producto	7	2	36
Encintar y entarimar	8	1	22
Surtir materiales a línea	9	1	360
Unidades fabricadas por día		2500	560

Nota: Esquema de tiempos estándar que serán determinados por la empresa para cada función productiva, logrando determinar los requerimientos de tiempo y mano de obra.

Tabla 19
Linea Ventiladores
Fuente: Elaboración Propia

Línea Ventiladores			
Puesto de trabajo	Operación	No. Operadores	Segundos
Impresión de la marca	1	3	12
Ensamblar soporte ecualizador	2	1	20
Ensamblar motor	3	1	32
Realizar conexiones a la Tarjeta	4	2	35
acomodar cables y tapar	5	2	35
Realizar falla dieléctrica	6	2	40
Encartonar motor	7	1	22
conformar mallas y venta viola	8	2	37
Armar caja empaque	9	1	13
Empacar producto	10	2	18
encintar y entarimar	11	1	22
surtir materiales a línea	12	2	390
Unidades fabricadas por día		1800	676

Nota: Esquema de tiempos estándar que serán determinados por la empresa para cada función productiva, logrando determinar los requerimientos de tiempo y mano de obra.

Tabla 20
Proceso de almacenamiento
Fuente: Elaboración Propia

Proceso de almacenamiento

Proceso	Operación	No. Operadores	Segundos
Aprobación calidad	1	1	1800
Traslado a notificación	2	1	300
Verificación de la notificación SAP	3	1	180
Verificación código de barras	4	1	180
Asignación de posición	5	2	360
Traslado al almacén	6	1	600-800
Notificación al equipo de despacho	7	0,5	360
Cierre de la orden de producción	8	0,5	300
Total, segundos de la operación			4280

Nota: Esquema de tiempos estándar que serán determinados por la empresa para cada función productiva, logrando determinar los requerimientos de tiempo y mano de obra.

Cada línea es configurada con la finalidad de poder cumplir la demanda mensual de los clientes que por lo general se encuentra de la siguiente manera cada mes y para lo cual se destinan 3 turnos de producción que van de lunes a sábado en horarios de 7.5 horas.

Tabla 21
Demanda
Fuente: Elaboración Propia

Planta	Planificador	Demanda Mensual
Cajica	Ventiladores	52.550
	Licuadoras	286.834
	Coffe Grinder	35.458
	Pequeños	7.492
	Repuestos	87.345
	Total Productos	469.679

Nota: Esquema de planificación de la demanda de producto en el mercado, según referencia y % de ventas comerciales.

Tabla 22
Simbolos
Fuente: Elaboración Propia

Licuadora	Ventilador	Símbolo
Recepción	Recepción	RN
Inyección	Inyección	IN
Orden	Orden	OR
Marcación	Marcación	MC
Ensamble de motor	Ensamble de motor	MT
Conexión eléctrica	Conexión eléctrica	CE
Ensamble piezas	Ensamble piezas	EP
Ensamble de tapas	Ensamble de tapas	ET
Etiquetado	Etiquetado	EQ
Prueba	Prueba	PB
Encartonado	Encartonado	EC
Empaque	Empaque	EP
Estibar	Estibar	ES

Transporte	Transporte	TR

Nota: Simbologia determinada para valorar cada una de las operaciones dentro del área productiva y de control.

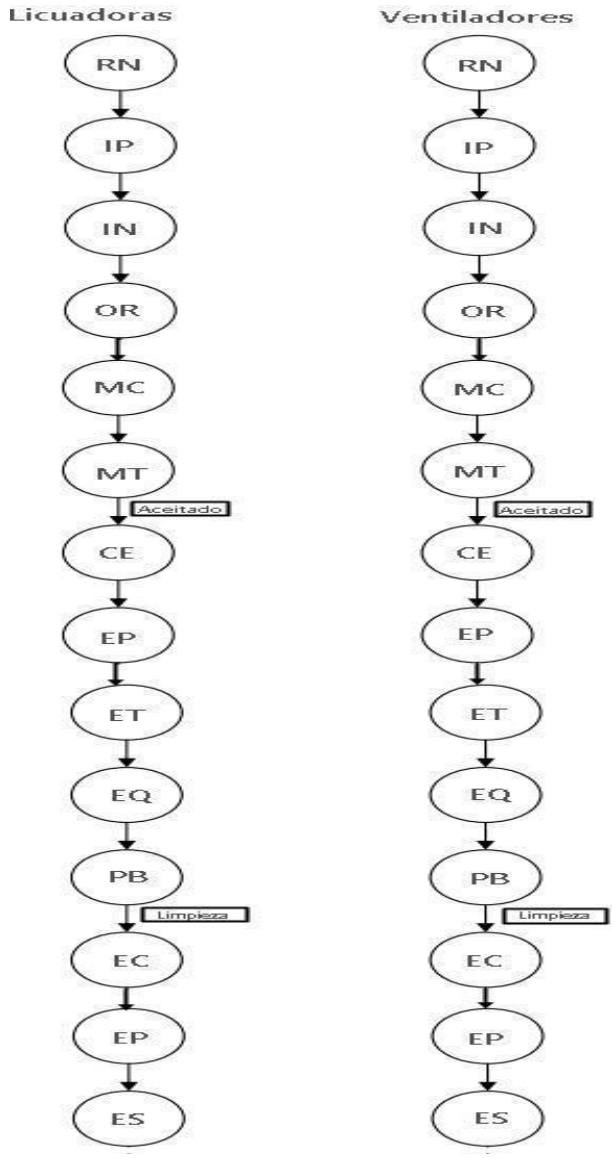


Ilustración 34 Simbologia
Fuente: Elaboración propia

Propuesta de mejora en el almacén o centro de distribución de la empresa Groupe Seb

Ajuste de mejora en línea proceso de transporte de producto terminado

Durante un turno laboral un trabajador encargado en el transporte y almacenamiento de producto terminado labora 7.5 horas, durante este turno el trabajador puede transportar al almacén entre 80 y 90 tarimas de producto terminado, con un tiempo aproximado de 5 minutos por tarima, si multiplicamos estos 5 minutos por las 80 tarimas que en promedio se ingresan al almacén. en un turno laboral, esto representaría 400 minutos de los 450 minutos laborados, actualmente este proceso se hace manual mediante estibadores de carga, se propone como mejora al modelo de almacenamiento de Layout, un sistema de bandas transportadoras que lleven el producto final desde el área de producción, a la bodega de almacenamiento donde el operador solo tendrá que almacenar en la estantería destina y generar los ingresos. La siguiente tabla muestra como un operador gasta 5 minutos en el proceso de transporte y almacenamiento, ya que debe recorrer entre el punto de procesamiento al punto de almacenamiento 200 metros, que al implementar una banda solo recorrería los 20 metros de pasillos destinados en la bodega de almacenamiento, proceso que normalmente tarda 2 minutos, al restar estos 20 metros al total de metros recorridos “200 metros”, tendríamos que el operador estaría ahorrado en transporte 180 metros con una diferencia de tiempo de 3 minutos menos involucrados en este proceso por medio de una banda transportadora que lleve el producto desde el punto de procesamiento al punto de almacenamiento.

Tabla 23
Tiempos
Fuente: Elaboración Propia

Operación	Distancia actual (m)	Distancia con nueva distribución (m)	Distancia ahorrada (m)	Tiempo de transporte actual (min.)	Tiempo de transporte después del cambio(min.)	Diferencia (min.)
TR	200	20	180	5	2	3

Nota: Esqema de tiempos determinados en minutos que hacemeja el comportamiento dado por la mejora del proceso productivo.

La siguiente imagen demuestra como la implementación de un sistema de bandas transportadoras como acción de mejora al modelo de almacenamiento de Layout, puede reducir tiempos y recorridos por un operador. La línea segmentada de color azul representa el sistema de transporte por banda sugerencia, de mejora para el modelo de Layout, de grupo Seb.

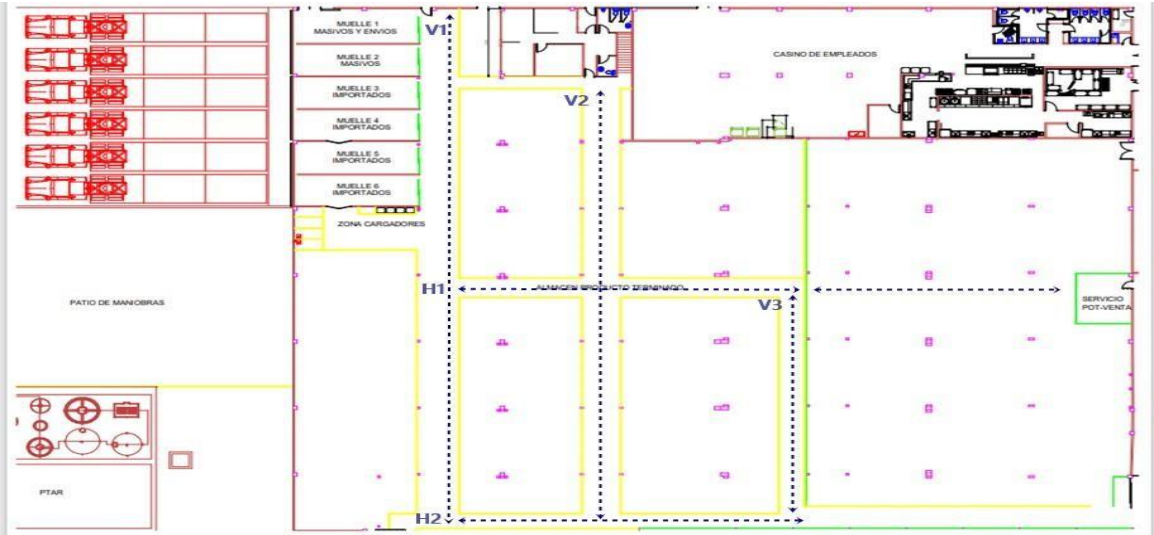


Ilustración 35 Propuesta Layout
Fuente: Elaboración propia

Zona de almacenamiento de producto terminado de las líneas de producción

Para disminuir el almacenamiento y la espera en esta parte se podría manejar la secuenciación de pedidos los cuales permiten el movimiento del producto terminado.

“La Programación de Operaciones tiene por objeto determinar qué operaciones se van a realizar sobre los distintos pedidos, durante cada momento del horizonte de planeación, en cada centro de trabajo, de forma que, con la capacidad disponible en cada uno de ellos, se cumplan las fechas de entrega planificadas, empleando el menor volumen de recursos en inventarios posible” Domínguez machuca (1995).

Ilustración 36 Programacion Generalizada
Fuente: Elaboración propia

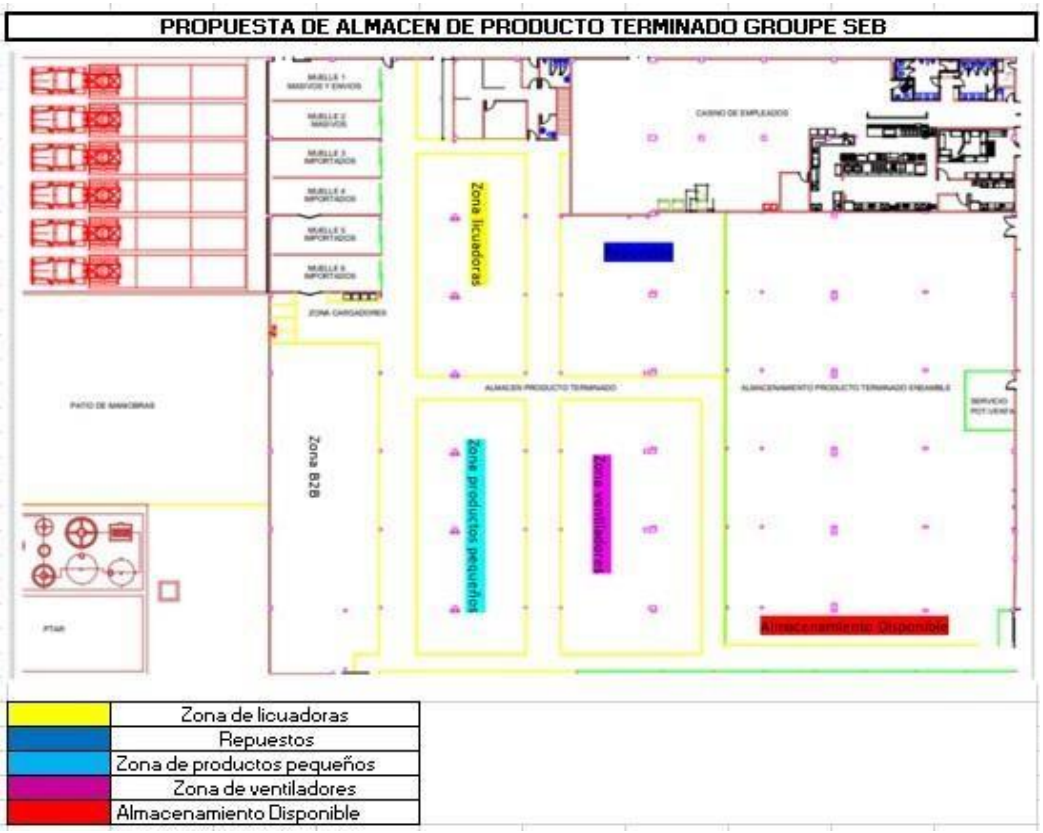


Ilustración 37 Propuesta de Almacen
Fuente: Elaboración propia

Propuesta de diseño al sistema de almacenamiento para la empresa Grupo Seb

De acuerdo con Layout que tiene la empresa actualmente, tiene el producto de almacenamiento de las licuadoras más lejos del área de producción y como es el producto con más unidades vendidas, de acuerdo con sus datos suministrados y a la verificación que se le realizo, por eso la propuesta que le realizamos a la empresa Grupo Seb es la siguiente para que tenga un mejor diseño de almacenamiento, es rotar los almacenamientos el de las licuadoras por el de los productos pequeños para así generar alta rotación del producto ya que las licuadoras es de mayor rotación, y así este a la mano del área de producción y se minimicen los tiempos de búsqueda de los productos para la elaboración del producto final.

Además, se agrega un espacio para un almacén disponible para cualquier stock de producto, o almacenamiento de algún producto edición limitada que surge de algún momento y para ello se debe tener este almacén disponible.

Para que una empresa tenga éxito dentro de sus instalaciones, lo ideal es que mantenga un orden, una buena ventilación, un fácil acceso a sus productos para poder llevar a cabo las ordenes de producción, todo con el fin que desde que los productos ingresen a la empresa esta tenga un orden logístico, y así facilitar todo desde la recepción en muelles hasta el término de producto terminado.

El aprovisionamiento en la empresa Groupe Seb

Conceptualización y contextualización

El movimiento de las mercancías ya sean materias primas o productos terminados se ven involucrados en un estudio, para determinar diferentes factores que pueden afectar el movimiento de mercancías, como puede ser la selección del medio de transporte más efectivo, selección de rutas, método de empaque, características del producto, método de manipulación y tiempos de distribución. Por esta razón es importante realizar y planificar la cadena de suministro y distribución de una organización ya que de esto depende el funcionamiento de operación dentro de la organización, además de cumplir tiempos establecidos en los procesos y entregas, con una reducción de costes.

Modos y medios de transporte utilizados por groupe seb

En Colombia existen una gran alternativa de modos y medios de transporte que son utilizados por las empresas con la finalidad de trasportar sus productos de la mejor manera y según se acomode a cada tipo de necesidad comercial.

Como conocemos la etapa del transporte es una parte esencial dentro de la cadena de suministros de cualquier empresa ya que por medio de este se puede determinar la correcta eficiencia productiva y operacional de la empresa, logrando asegurar que la mercancía logre llegar a los clientes en el momento y tiempo correcto. Para lo cual Groupe Seb no escatima en recursos que permitan controlar de forma eficiente su sistema logístico de los medios de transporte que utiliza actualmente y que le han permitido mantener una experiencia muy satisfactoria por parte de sus clientes y consumidores, llegando a obtener de una manera muy

planificada la confianza y fidelidad de muchos de sus distribuidores, clientes, consumidores y equipos de apoyo.

Para la empresa y sus equipos administrativos y de desarrollo esto no ha sido una tarea fácil ya que los medios de transporte con los que cuenta actualmente y le han permitido un gran desempeño son.

Transporte terrestre: Es quizás uno de los más utilizados en Colombia y al cual se le da mayor prioridad en el país, permitiendo transportar y comercializar la mayor cantidad de mercancías en el territorio nacional por medio de sus troncales, trasversales y conexiones que se realizan alternas, donde más del 73% de sus carreteras se encuentran pavimentadas.

Transporte aéreo: El transporte aéreo es otro de los medios que se utiliza para el desplazamiento de mercancías y con los cuales cuenta la empresa en caso de emergencias ya que este tipo de transporte actualmente cuenta en el país con 564 aeropuertos y campos para aterrizaje que son distribuidos por todo el país para facilitar el acceso rápido y efectivo de mercancías según la necesidad comercial y operativa de cada región o país.

Transporte marítimo: Este tipo de transporte es la principal fuente de la empresa y que debe ser utilizado principalmente para traer y enviar productos de tipo exportación debido a sus bajos costos y altos volúmenes de carga que soporta a diferencia de cuando se realiza un transporte aéreo y es que para nuestro país por este medio se transporta mas del 90% del comercio internacional, posicionando este medio de transporte como uno de los principales fluentes de desarrollo para la empresa.

Transporte terrestre en groupe seb

El transporte terrestre en Groupe Seb es la principal fuente de traslado de sus materias primas y productos terminados dentro del territorio nacional permitiéndole movilizar la mercancía ha todo lo largo de la cadena de suministros, haciendo que llegue de una forma segura y efectiva a sus clientes finales, mediante desarrollo de estrategias comerciales y competitivas como:

Llegada y transporte de materias primas: El traslado de las materias primas forma una parte esencial dentro de la empresa ya que de esto dependerá la eficiencia operativa y comercial de la empresa y para lo cual la organización determinara con sus proveedores nacionales las fechas de entrega y horas de llegada de cada producto, logrando pactar tipos de transporte en los cuales los proveedores envían la mercancía, cuidados de la misma y obligaciones de cada parte en donde:

El proveedor sea quien se haga responsable de determinar la fragilidad y tipo de carga que debe transportar, los cuidados que se deben tener durante el transporte, sus formas de almacenamiento y su tipo de embalaje para que llegue en las mas optimas condiciones a la empresa.

Una vez la empresa a recibido el producto y es descargado y validado por el equipo de calidad es de absoluta responsabilidad de la empresa su tratamiento y disposición dentro de las instalaciones.

Dentro de el transporte terrestre es de vital importancia que el transportador reciba las debidas facturas de los productos transportados y cada uno de los documentos requeridos por la empresa ya que sin estos la empresa no podrá recibir la mercancía y genera su debida legalización comercial.

Otra parte esencial y de exigencia de la empresa cuando se transporta la mercancía y a la hora de ser recibida en los almacenes de la empresa es que esta debe llegar pesada e identificada para su correspondiente manejo y traslado dentro de la empresa.

Por lo generar en Groupe Seb el transporte terrestre nacional que es utilizado son los camiones que son vehículos utilizados por su gran tamaño, capacidad de carga y fuerza necesaria para desplazarse por las vías y el cual es utilizados principalmente para transportar cargas medianas como:

- Empaques de cartón
- Componentes plásticos
- Elementos de oficio administrativo
- Dotación operativa

También se frecuenta el transporte mediante tracto camiones ya que son vehículos capases de arrastrar o soportar grandes cantidades de carga y que generalmente es utilizado para el trasladó de contenedores. Este tipo de vehículo es utilizado por la empresa generalmente para trasladar los productos que llegan vía marítima y que son de exportación haciéndose necesarios para la fabricación de los productos, donde su logística de transporte debe ser coordinada y ejecutada directamente por la empresa una vez llega el producto al puerto y este ya pertenezca a territorio nacional.

Por lo general este tipo de vehículo transporta para la empresa vasos de vidrio en grandes volúmenes, motores en diferentes gamas, marcas y tamaños según sea la solicitud del producto a fabricar, switches y tarjetas electrónicas.

Por último, dentro del transporte terrestre y no menos esencial para el abastecimiento de la empresa se cuenta con los camiones de transporte químicos los cuales deben cumplir a conformidad con las normas establecidas a nivel nacional para el traslado de dichos elementos y que son los encargados de transportar los galones de disolventes, tarros de tinta industrial, pinturas y elementos químicos de aseo según lo requiera la empresa.

Medios necesarios para la eficiencia operativa del transporte

Dentro de la empresa se han establecido diferentes medios que se hacen necesarios para que el desarrollo del transporte terrestre logre cumplir con los objetivos y abarque una mayor eficiencia sin afectar ninguna de las partes interesadas como:

El proveedor es el encargado de descargar el producto a entregar y la empresa se hace responsable de recibirlo y gestionar sus traslados y disposición dentro del almacén.

La empresa cuenta dentro de sus instalaciones con estibadoras manuales, estibadoras eléctricas, Monta cargas y puente grúa de descargue cuando el producto excede el peso permitido para cada equipo.

Cada producto enviado a la empresa debe ser monitoreado desde el momento en que sale de las instalaciones del proveedor hasta el momento que ingresa a la compañía con el fin de determinar su hora de llegada y facilitar su optimo y pronto descargue.

El transportador debe cumplir con todas las normas de seguridad establecidas por la empresa, dentro y fuera de las instalaciones.

Los proveedores y los medios de transporte que utilizan vía terrestres para llevar la mercancía a la empresa deben regirse por unas normas y condiciones que son dadas según la

necesidad de la empresa y que se hacen muy necesarias para el buen funcionamiento administrativo y legal de la organización.

Transporte terrestre del producto terminado

Una vez el producto a terminado todo su proceso de fabricación y se remite la orden de despacho y envió se define el destino de cada producto, su volumen de venta y tipo de transporte que se va a utilizar mediante las siguientes pautas:

Si el producto es de distribución nacional se deben utilizar camiones de contenedor cerrado ya que el producto debe ser tratado con ciertas normas de control y seguridad que protejan su estado físico, funcional y de presentación. Este tipo de camiones y como su propio nombre indica, se encuentran totalmente cerrados y sólo consta de la apertura trasera para cargar la mercancía.

Si el producto es de tipo exportación serán utilizados transporte mediante tracto camiones ya que el producto será despachado en conteiner y de este mismo modo será entregado a puerto y a su cliente final.

La organización y su esquema logístico de transporte cuenta con empresas transportadoras que llegan a satisfacer la necesidad según se requiera de camiones N1 que son capaces de transportar un MMA de hasta 3.500 kg o camiones N2 capaces de transportar hasta un MMA comprendido entre los 3.500 kg y los 12.000 kg y por ultimo camiones N3 que se llegan a hacer necesarios cundo la carga supera los 12.000 de MMA.

Medios de control

Para asegurar la efectividad del transporte y que se cumpla con las fechas de entrega pautadas con los clientes y centros de distribución, la empresa a optado por desarrollar

estrategias que le permiten controlar el traslado de sus productos de un punto a otro y al más mínimo costos posibles sin tener que entrar en sobre costos de envío. Dentro de ellos tenemos:

Aseguramiento de la mercancía en caso de accidente o perdida de la misma por situaciones ajenas a al desarrollo normal en su transporte.

Seguimiento monitoreado de la mercancía, el transporte y cada uno de sus desplazamientos antes de ser entregada al cliente.

Evaluación de los precios que oferta cada uno de los transportadores, según las rutas y tiempos estipulados de la entrega.

Contratación de proveedores externos encargados de cargar los camiones dentro de las instalaciones de la empresa, garantizando que la mercancía es despachada en las óptimas condiciones.

Implementación de equipos de monta carga capases de realizar el cargue de los camiones según se determine su necesidad.

Contar dentro de la estructura logística con diferentes empresas transportadoras que permitan una elección acorde a cada tipo de necesidad.

Generación de contratos con el transportador donde se estipulan los compromisos, y responsabilidad de cada una de las partes durante el traslado de las mercancías.

Actualmente la empresa cuenta con las siguientes empresas de transporte encargadas del traslado de sus productos terminados y que hacen parte vial dentro de su esquema de eficiencia operativa y comercial en cada una de las rutas establecidas a nivel nacional.

- Mototrasportamos S.A.S
- Tanser S.A.S
- Expreso sur oriente S.A
- Caritrans S.A.S
- Tkarga S.A.S
- Logística trasporte y servicio A.S
- Compañía nacional de carga conalca
- Fracor S.A.S
- Carga logística de Colombia S.A
- Colombiana de comercio S.A

Estas son algunas de las transportadoras terrestres más importantes que se encuentran al servicio de Groupe Seb y con las cuales la empresa traslada sus productos por todo el territorio nacional. Mediante los vehículos dispuestos según cada necesidad y estudio de costos, tiempos, rutas de acceso y seguridad ofertada al producto.

Transporte maritimo en groupe seb

Principal fuente de transporte en la empresa, utilizado para traer y enviar productos de tipo de exportación debido a sus bajos costos y altos volúmenes de manejo.

Recibir y trasladar mercancía por medio marítimo en Colombia los podemos realizar por los diferentes puertos:

Zona portuaria del caribe:

- Santa marta
- Barranquilla

- Cartagena
- Zona portuaria del pacifico:
- Buenaventura
- Tumaco

Aprovisionamiento de materias primas: Para groupe seb los principales elementos que se importan son: vasos de vidrio, motores de diferentes gamas y tarjetas electrónicas.

Distribución de producto terminado para exportación por vía marítima a los diferentes países:

- México
- Canadá
- Ecuador
- Cuba
- Argentina

Productos de exportación:

- Ventiladores
- Licuadoras
- Picadoras

Procedimientos aduaneros para despachos ante la Dian en el trámite de exportación:

- Factura comercial
- Lista de empaque
- Registro sanitario o vistos buenos
- Documento de transporte

Transporte Aéreo En La Empresa Grupo Seb

"El transporte aéreo colombiano está experimentando un vertiginoso y dinámico desarrollo, nunca visto en toda su historia, que dio inicio aproximadamente hace una década y media. Este periodo coincide con el inicio de una continuada implementación de políticas públicas elaboradas específicamente para el sector del transporte aéreo" (Olariaga, 2016).

En la empresa grupo seb, recurren al transporte aéreo solo cuando necesitan importan alguna materia prima con extrema urgencia, la materia prima que importan es de china y Japón, solo usan este medio por esa razón ya que el importar y exportar es más costoso, pero no lo descartar ya que es más rápido de la adquisición en cuestión de contar con una orden de producción y que falte alguna materia prima y para no quedarle mal al cliente deciden tomar este medio de transporte.

El transporte aéreo es uno de los medios más rápidos que existen en el mundo "existen relativamente pocas empresas que ejercen la actividad de transporte aéreo internacional de carga y pasajeros, sin embargo, los montos con los cuales estas empresas contribuyen al estado son importantes en vista que se hallan sometidas a regulaciones específicas dada la naturaleza de la actividad" (Lupera, 2013).

"El transporte aéreo colombiano está experimentado un vertiginoso y dinámico desarrollo, nunca visto en toda su historia, que dio inicio aproximadamente hace dos décadas. Este periodo coincide con el inicio y la implementación continuados de políticas públicas elaboradas específicamente para el sector del transporte aéreo" (Olariaga, 2016)

Para grupo seb el transporte aéreo se ha vuelto más recurrente, ya que le ha tocado adquirir materias primas para las ordenes que no cuentan con algún material, pero tratan de utilizar los otros medios de transporte porque minimiza costos.

El PIB del transporte a pesos constantes ha oscilado entre el 5 y 6% del total del PIB, para el cual el modo carretero aporta el 75% del valor total del PIB transporte, mientras que el transporte por agua solamente participa con el 2%, el transporte aéreo con el 9% y el restante 14% se le atribuye a los servicios auxiliares y complementarios del sector. (Duque, 2008).

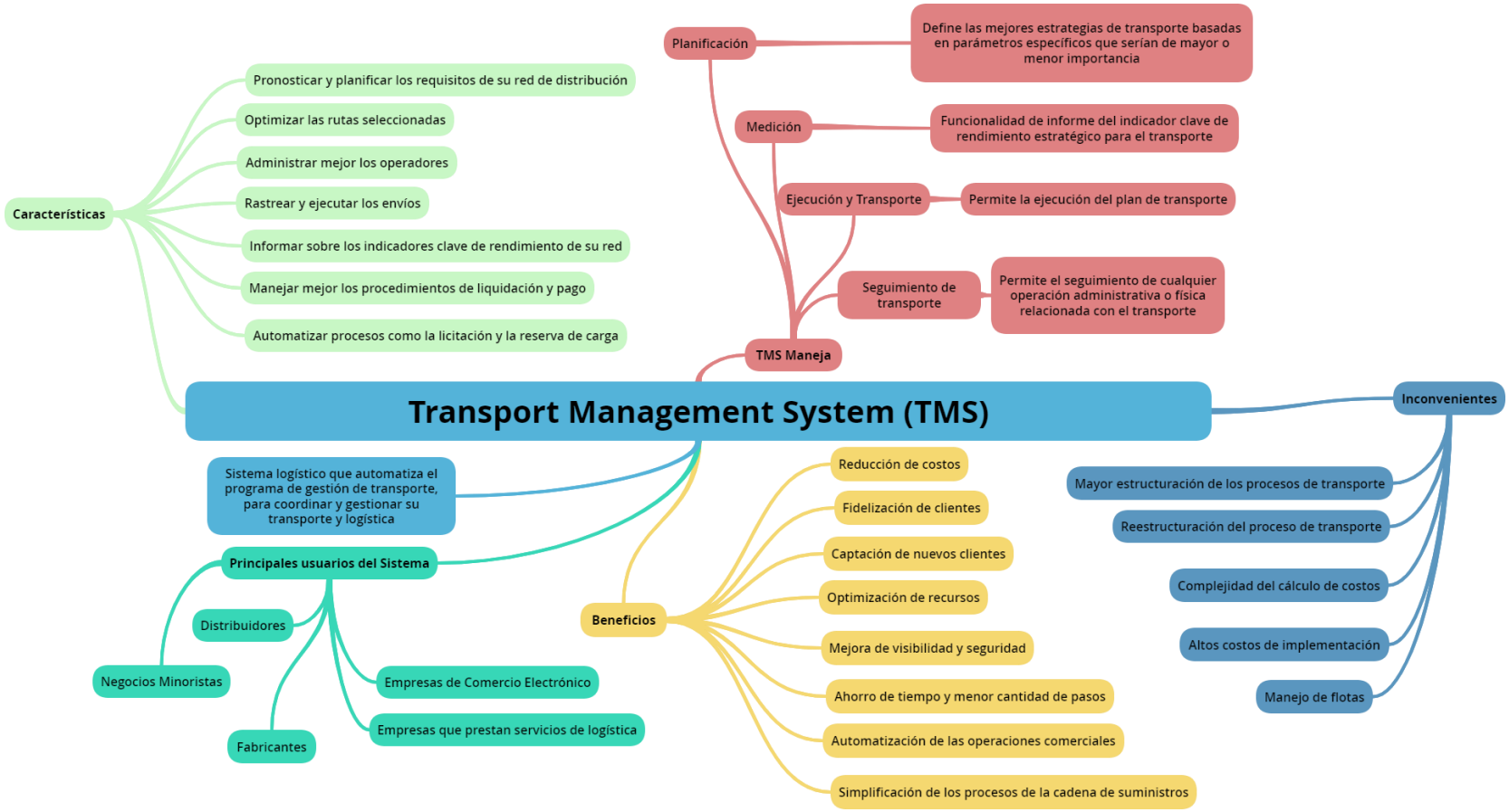


Ilustración 38 Transport Management System (TMS)

Fuente: Elaboración Propia

Análisis de los resultados obtenidos con el instrumento de diagnóstico

Se analizaron los efectos conforme con las variables verificadas y concretas en el diagnostico como lo son: Compra de materiales e insumos, Control de los insumos y materias primas, Servicio logístico de los proveedores, Manejo de los inventarios, logística de transporte; en donde se demostraron 36 ítems como lo muestra el siguiente gráfico:

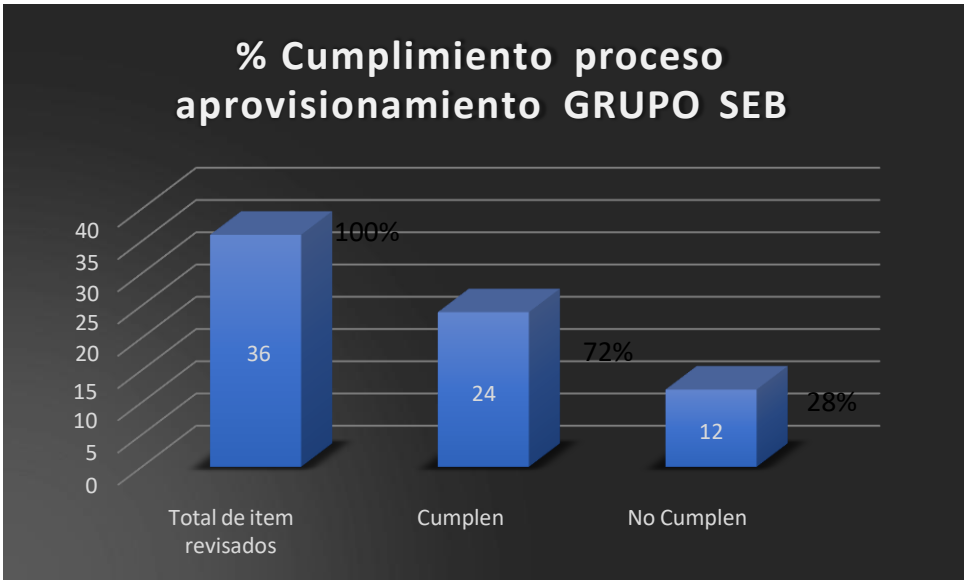


Gráfico 1 % Cumplimiento proceso aprovisionamiento

Dando como resultado la siguiente información en su totalidad se revisó 36 ítems en la empresa Grupo Seb se gestiona su proceso de aprovisionamiento; donde se obtienen 24 valoraciones con un porcentaje de cumplimiento del 72% del total de ítems, se concluye que en una calificación de 0 a 100 del proceso que maneja Grupo Seb, 70 sería el rango mínimo de aceptación, por lo cual se puede analizar que Grupo Seb se ubica dentro de un rango de cumplimiento.

Compra de materiales e insumos

Realiza control de los inventarios en cada almacén por parte de la empresa, además las compras se realizan acorde al inventario existente, la empresa cuenta con un software llamado sistema SAP que le permita controlar y disponer de las unidades de inventario existentes, las alertas de compra son dadas a tiempo y esto permite que no se generen retrasos, pero por el momento no se generan estas alertas dentro de Grupo Seb, tiene un instructivo de compra de materiales e insumos de la empresa, el tiempo de aprobación de las órdenes de compra están acordes a cada tipo de necesidad, algunos de sus proveedores no se encuentran lo suficiente mente calificados para dar cumplimiento adecuado a cada solicitud.

Proceso de recepción de las materias primas e insumos

El almacén cuenta con instalaciones y equipos acordes a cada necesidad requeridas para una orden de producción, algunas veces no se aplican métodos estándar para la recepción de los materiales, el almacén de materias primas se encuentra distribuido de tal manera que los traslados se realizan rápido y de forma segura, se cuenta con un sistema de gestión que permita validar que los pedidos para que cumplan, se cuenta con un cronograma de llegada de materiales y recepción para cada proveedor, pero no es respetado por algunos proveedores, el ingreso de las materias primas e insumos al almacén es realizado manual y sistemáticamente para su control.

Control de los insumos y materias primas

La empresa Grupo Seb tiene un sistema de calidad de las materias primas e insumos que son recibidos por el almacén, los tiempos de liberación en algunas ocasiones se ve afectada por tardía de tiempo, los materiales dentro del almacén son acordes a cada tipo de necesidad y según requerimientos de la producción, se cuenta con una zona de no conformes dentro del almacén que permite controlar los materiales e insumos que no cumplen con los protocolos establecidos, se cuenta con un procedimiento establecido para la generación de acciones, en caso de que los materiales no cumplan con las exigencias de calidad, el personal de control cuenta con los equipos y herramientas suficientes para detectar una no conformidad en las materias primas e insumos de forma correcta y oportuna.

Servicio logístico de los proveedores

Los materiales e insumos son entregados en los tiempos establecidos, pero en ocasiones se prolongan los tiempos establecidos con los proveedores, las entregas de materiales siempre son completas y según lo acordado por la orden de compra, el proveedor siempre está dispuesto a participar y ejecutar planes de mejoramiento si así lo requiere la empresa para el desarrollo de sus productos, el proveedor y la empresa Grupo Seb cuentan con mecanismo de desarrollo opcional en caso de que los materiales tengan que ser retornados a su lugar de origen por alguna no conformidad.

Manejo de los inventarios

El almacén siempre cuenta con disponibilidad de materias primas, pero en ocasiones Grupo Seb se genera desabastecimiento, el proceso desarrollado internamente para controlar los inventarios le permite a la empresa obtener información real y oportuna, pero en oportunidades se genera inconsistencia por lo cual se tiene que generar un físico de ciertas ubicaciones.

Ilustración 39 Resultados de Chequeo
Fuente: Elaboración propia

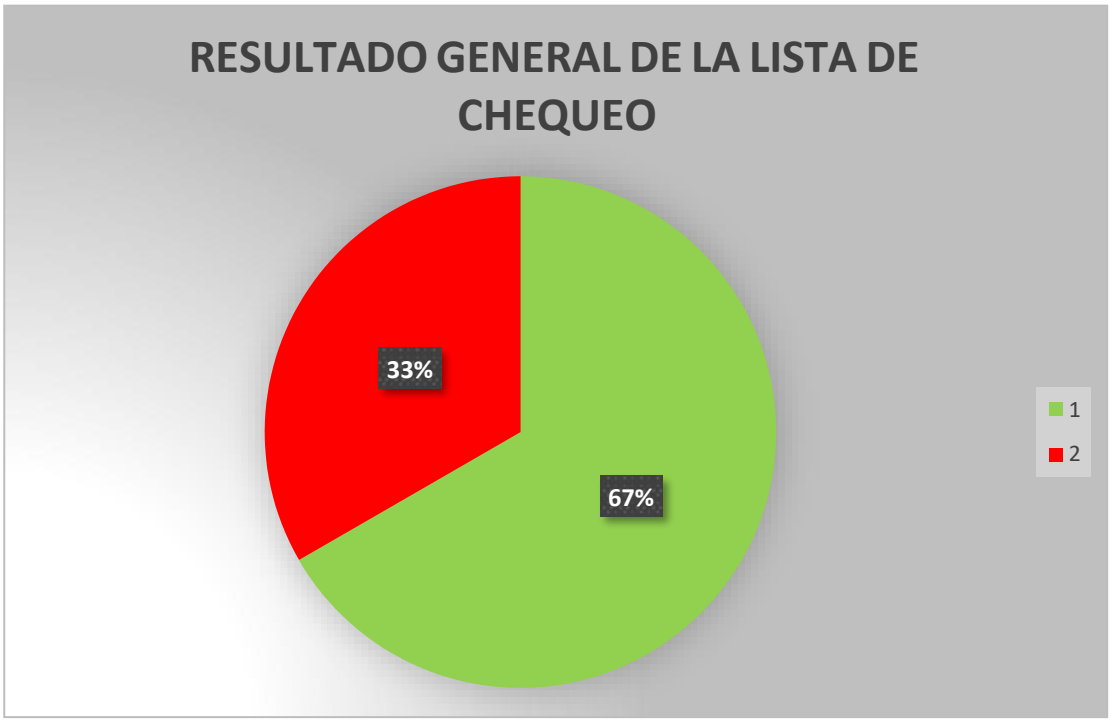


Ilustración 40 Resultado General
Fuente: Elaboración propia

El grupo de trabajo colaborativo debe elaborar y aplicar en la empresa, un instrumento (aplicativo en Excel) para realizar la evaluación y selección de proveedores.

Instrumento de consulta para conocer la gestión organizacional y operativa de los proveedores del Groupe Seb.

Tabla 24
Cuestionario de Gestion
Fuente: Elaboración propia

Cuestionario sobre la gestión del proceso de abastecimiento de la empresa Groupe Seb	
La línea de abastecimiento para analizar son las líneas correspondientes a la comercialización de electrodomésticos	
Pregunta #1	¿En la actualidad como se lleva a cabo el proceso de abastecimiento con los proveedores?
Rta.	Cada año se establece la cantidad de insumos que se necesita durante el año para suplir los pronósticos de la demanda, se realiza una reunión y se firma contratos para el aprovisionamiento
Pregunta #2	¿Cada cuánto la empresa puede realizar pedidos de abastecimiento?
Rta.	Esto se establece en el contrato
Pregunta #3	¿Con cuántos proveedores cuenta la empresa en la actualidad?
Rta.	50 proveedores
Pregunta #4	¿La empresa genera algún tipo de evaluación mediante el uso de algún recurso tecnológico a sus proveedores?
Rta.	Sí.

Pregunta #5	¿Cómo se establece a que proveedor(es) realizar primordialmente las compras?
Rta.	Se presentan dos indicadores anuales. El indicador principal es el costo de adquisición. El proveedor que ofrece el precio más barato es el proveedor que compra un producto en particular. El segundo indicador es la marca del producto, pues, aunque la mayoría de los proveedores producen el mismo producto, muchas veces cooperan con diferentes marcas que existen en el mercado. En determinadas circunstancias, algunos proveedores gestionan sus propias marcas en determinados productos., Estos productos tienen nuestros clientes lo necesitan especialmente, lo que significa que solo puede adquirirlos un proveedor.
Pregunta #6	¿Se puede comprar un mismo producto en una semana de abastecimiento a más de un proveedor a la vez?
Rta.	Los pactos son anuales
Pregunta #7	¿La empresa tiene presente cuales son aquellos proveedores que generan un mayor y menor impacto con relación a los pedidos de abastecimiento?
Rta.	Por supuesto, estos se miden mediante la antigüedad y cantidad de productos o volúmenes de aprovisionamiento ofrecido.
Pregunta #8	¿Sus proveedores se encuentran local o externamente?
Rta.	Los proveedores son externos, se establece una red internacional.

Pregunta #9	¿Cómo se sabe en qué momento abastecer determinado producto?
Rta.	Según el pronóstico de la demanda que tiene una construcción acertada fundamentada en el estadístico con el uso de datos históricos.
Pregunta #10	¿De qué manera el gerente comercial gestiona en la empresa los pedidos de abastecimiento que debe realizar?
Rta.	Se tienen sistemas ERP que permite la fácil adecuación de estos pedidos programados anualmente.
Pregunta #11	¿Si no se maneja un control de inventarios, como se sabe que cantidades de producto solicitado debe abastecer?
Rta.	Sí se maneja control de inventarios.
Pregunta #12	¿Al generarse un pedido de abastecimiento, este servicio tiene algún costo para la empresa?
Rta.	Sí, depende de los distanciamientos, fletes y costos en general para el abastecimiento.
Pregunta #13	¿Alguno de los proveedores cuenta con plataformas tecnológicas para el desarrollo de pedidos?
Rta.	Sí ellos cuentan con páginas en internet para presentación y ventas, pero, por este medio no se nos atiende al manejar precios diferentes a nosotros como distribuidores minoristas.

Pregunta #14	¿El proceso de transporte y logística generado por sus proveedores a partir de los pedidos de abastecimiento que la empresa realiza es el adecuado?
Rta.	Si es adecuado. De manera general las empresas comparten ciertos aspectos similares en el desarrollo de este proceso de transporte, pero, a manera individual algunos de nuestros proveedores manejan y presentan mayores niveles y/o procesos logísticos y tecnológicos que añaden a este proceso frente a sus competidores directos en cuanto al transporte y los procesos llevados a cabo en nuestros pedidos de abastecimiento.
Pregunta #15	¿Los proveedores actuales con los que se cuenta son suficientes y los adecuados para cubrir la demanda requerida por la empresa?
Rta.	Si, aunque se posee una gran variedad de productos a comercializar es posible abastecer estos mismos con los proveedores actuales.
Pregunta #16	¿Cuál es el proceso a seguir en el caso en que algún pedido de abastecimiento no se genere en la fecha ya previamente establecida y acordada por el proveedor?
Rta.	Se remite al contrato inscrito a principio de cada año, de esta forma se activan cláusulas de sanción y se activa planes de emergencia con inventarios en reserva o del stock de seguridad.
Pregunta #17	¿El flujo de abastecimiento actual es el adecuado para la empresa?

Rta.	Sí, es muy acertado por tener un gran flujo de material e información, así que es importante registrar y comunicarse mediante sistemas informáticos y el uso de transportes multimodales por todo el mundo.
Pregunta #18	¿Las inversiones realizadas en los pedidos de abastecimiento son las adecuadas?
Rta.	Sí.
Pregunta #19	¿El costo de adquisición actual por la empresa es acorde a la calidad de los productos y el servicio prestado por los proveedores?
Rta.	Sí, aunque todos nuestros proveedores son competidores directos en un mismo mercado, cada proveedor ofrece productos a precios preferenciales. Generalmente debido al desarrollo de esta actividad económica, la diferencia de costo varía de un proveedor a otro. La compra del producto por parte del proveedor puede ser de cientos de pesos o solo pesos. En cuanto al servicio, hasta ahora, nuestra empresa está generalmente satisfecha con el servicio prestado por el proveedor.
Pregunta #20	¿Son importantes los pedidos de abastecimiento para el posicionamiento y competitividad de la empresa en el mercado local?
Rta.	Por supuesto que sí. Debido al proceso de abastecimiento que generan nuestros proveedores, nuestra empresa puede operar, generar y realizar sus actividades comerciales, y así brindar servicios de distribución y atención a toda nuestra gente, con el fin de satisfacer en la mayor medida posible las necesidades de nuestros clientes, mantenemos esto En un momento dado, nuestra

	empresa puede seguir siendo una parte importante de la población y una opción importante a la hora de adquirir determinados productos que satisfagan sus necesidades.
Pregunta #21	¿Qué procesos internos de la empresa intervienen con el proceso de abastecimiento?
Rta.	La empresa utiliza el proceso de verificación de pedidos de acuerdo con los siguientes subprocesos: verificar la calidad del producto y verificar si la cantidad de productos suministrados cumple con la cantidad requerida.
Pregunta #22	¿Actualmente cómo se puede ver comprometido o afectado el proceso de abastecimientos de la empresa?
Rta.	Puntualmente, los paros y cierres de transporte terrestre intermunicipal son las condiciones que ponen en peligro el proceso de abastecimiento.
Pregunta #23	¿Qué flexibilidad tiene la empresa frente a una reclamación o devolución de un pedido de abastecimiento hacia los proveedores?
Rta.	En general, la mayoría de los proveedores no encontrarán dificultades a la hora de hacer frente a reclamaciones o devoluciones, sin embargo, en una situación concreta, para uno de nuestros principales proveedores, este proceso ha cambiado debido a que el departamento administrativo de la misma empresa proveedora es difícil de implementar
Pregunta #24	¿En qué costos debe incurrir la empresa en su proceso de abastecimiento?

Rta.	El costo total está comprendido de costos de mantener, de pedir y del inventario.
Pregunta #25	¿La empresa cuenta con estabilidad en las relaciones con sus proveedores?
Rta.	Sí, se tiene proveedores con casi 20 años de relaciones comerciales bien establecidas.
Pregunta #26	¿Los sujetos de transporte o medio (transportistas) utilizados cumplen con su función en el proceso de abastecimiento?
Rta.	Normalmente si llevan a cabo bien las funciones de este proceso.
Pregunta #27	¿El tratamiento de las cargas en los pedidos de abastecimiento por parte de los proveedores es?
Rta.	En la mayoría de los casos es el adecuado, solamente en algunos casos muy específicos son quizás los bodegueros o los mismos transportistas los que no tienen el mayor cuidado frente a las cargas que manejan, acciones que generan devoluciones o retornos hacia nuestros proveedores.
Pregunta #28	¿Grado de mecanización de los proveedores en los pedidos de abastecimiento?
Rta.	Cuando estos pedidos vayan a ser entregados a nuestra empresa, la situación general es que el jefe de la empresa proveedora asistirá a sus trabajadores a proporcionar ropa de trabajo y accesorios adecuados para uso personal para realizar esta operación, además de zorros como mercadería. Además del trabajo manual del transportista, son el principal método de trabajo utilizado para movilizar la mercancía

Nota: Esquema de referencia de las actividades necesarias que se deben realizar dntro de la empresa para dar una gran satisfacción a los clientes y generar cumplimiento de las metas.

Tabla 25
Resultados
Fuente: Elaboración Propia

	Resultados	Si	No	N/A
1	Compra de materiales e insumos	5	3	0
2	Proceso de recepción de las materias primas e insumos	5	3	0
3	Control de los insumos y materias primas	6	1	0
4	Servicio logístico de los proveedores	4	2	0
5	Manejo de los inventarios	1	3	0
6	Logística del transporte	3	0	0
Total Chequeo		24	12	0

Nota: Resultado de lista de chequeo que detrminara algunas de las necesidades del esquema logístico y de su cadena de suministros dentro de la empresa.

Resultados insights

Tabla 26
Competencias
Fuente: Elaboración Propia

Fortalezas	Debilidades
• Se tiene un contacto directo con proveedores • Se establecen los pedidos de forma anual • Hay clasificación de proveedores por importancia con criterios como años de experiencia con la empresa. • Se tiene un sistema de información y comunicación completo basado en un ERP • Se tiene indicadores de importancia y prioridad para elegir a quien pedir • Los proveedores actuales son los suficientes para cubrir la demanda de la empresa • Existe flexibilidad para pedidos que no lleguen a tiempos pactados con utilización de sanciones para prevenir y reservas en los stocks de seguridad	• No se tiene una evaluación estándar para los proveedores, no todos los proveedores se miden de manera igual • Los pedidos son estimaciones mediante pronósticos que no son exactos. • Existen riesgos por problemas de abastecimiento por situaciones externas como el mercado, tendencias, entre otros. • Hay estabilidad de pedidos solo con todos los proveedores • Hay momentos de faltantes y sobrantes por picos de demandas que no alcanza a cubrir el pronostico

Fortalezas	Debilidades
• Existe procesos de verificación para la calidad de los productos que llegan y de la cantidad que fue pedida	

Nota: Esquema detrminado para lograr identificar las debilidades y fortalezas de la cadena de suministros, para la determinación de planes de mejora.

Mega Tendencias en Supply Chain Management y Logística

Conceptualización y contextualización

El sistema de distribución que puede implementar una empresa, al momento de entregar sus productos, en un menor tiempo y costo, cumpliendo con estándares de calidad, se convierte en una de las ultimas actividades que realiza la empresa, donde sus consumidores finales comprueban o aprueban la calidad del servicio o el producto, por esta razón es importante realizar una planificación estratégica en requerimientos del modelo de distribución.

Estrategia de distribución de Groupe Seb

La estrategia de distribución de la empresa es uno de los segmentos con mayor asignación de recursos para la organización y sus estrategias de ventas ya que de dicha actividad se genera decisiones de gran peso a nivel empresarial y comercial, que van muy a la par de los objetivos comerciales, pretendiendo abarcar cada vez una mayor cantidad de clientes de una manera confiable, eficaz y de calidad de los servicios.

A partir de dicha actividad la empresa gestiona su desarrollo mediante el control a base de indicadores en cada una de sus diferentes plataformas administrativas como lo son:

Indicador de entregas: Este indicador cuenta con dos puntos de referencia uno que debe ser manejado y controlado internamente dentro de la planta productiva y para lo cual los equipos de trabajo deberán trabajar en conjunto para dar cumplimiento a una fecha de

entrega oportuna al almacén de producto terminado, quien será el encargado de distribuirlo a sus clientes finales.

Dos el almacén de producto terminado evaluara mediante este mismo indicador la fecha de entrega y compromiso adquirido con su cliente, generando las acciones que se crean necesarias a nivel logísticos para no afectar fechas de entregas pactadas con el cliente en caso de que los tiempos establecidos se salgan del cronograma de actividades.

Indicador de clientes: Este indicador es manejado mediante un escalafón que permite evaluar los clientes actuales y futuros y sus posibles márgenes de compra permitiendo desarrollar nuevas estrategias de negociación a nivel industrial y corporativo para buscar el incremento de las ventas.

Indicador de satisfacción: Este indicador es manejado directamente por los equipos administrativos del área de gestión de la calidad y permite conocer de antemano que tan satisfechos se encuentran los clientes con los productos ofertados y su funcionalidad, permitiendo realizar planes de trabajo en caso tal de que el resultado no sea el esperado y mantener a los clientes contentos en su gran totalidad.

Indicador de retornos: Dicho indicador es de gran importancia dentro de las estrategias de distribución de la organización pues permite analizar de una forma muy asertiva las no conformidades presentadas en el producto durante su traslado hasta el cliente.

Indicador de rechazos del producto (consumidor / puntos de venta): Dicho indicador le permite a la empresa medir la efectividad de los recursos que son asignados

para que el producto se mantenga en optimas condiciones cada vez que sea trasportado o manipulado hasta llegar al consumidor final.

Indicador de trasporte: Este es quizás uno de los indicadores más importantes de medición ya que permite conocer la eficiencia de cada uno de los medios de trasportes que integran la estructura de distribución y los costos que se generan dependiendo los destinos de entrega.

Cada uno de estos métodos de medición, tanto internos como externos de la empresa le han permitido desarrollar estrategias de ventas y acciones correctivas que se vuelven muy importantes a la hora de mantener los clientes con la mejor disposición posible, pensando siempre en las relaciones nuevas o futuras y el bien de cada negociación por tratar.

Canales de distribución utilizados

Directo: en este caso la empresa cuenta con la flexibilidad que generan sus puntos de venta y medios de trasporte de acercar sus productos hasta el cliente final si así lo desea o de lo contrario al consumidor final directamente mediante sus oulook.

Indirecto: “La empresa suele realizar negociaciones con clientes que realizan pedidos en gran cantidad y que estos a subes utilizan intermediarios para poder distribuir el producto al consumidor final como el caso de los canales B2B” (Quiroa, 2021).

Estrategias utilizadas para la distribución

La empresa busca utilizar una estrategia de ventas intensiva ya que en la actualidad cuenta con varias tiendas propias distribuidas en varias partes a nivel nacional que le generan mayor competitividad y flexibilidad para distribuir sus productos no solo

nacionalmente sino internacionalmente y de esta manera apalancarse en grandes volúmenes de venta de su producto.

Direct Shipment: es una de las estrategias más utilizadas en el proceso de distribución de la empresa ya que algunos de los clientes generan solicitud de pedido en tiempos y fechas constantes definiendo de primera mano unos plazos de entrega que deberán ser realizados de manera directa a los clientes, sin tener que pasar por centro de almacenamiento y/o distribución, generalmente se observa con las ventas a los centros de cadena de gran tamaño.

Cross-Docking: esta estrategia de venta es utilizada por la empresa generalmente en el trasporte de los productos de exportación y consiste principalmente en lograr que los productos sean enviados directamente desde la planta de producción al vehículo encargado de realizar el trasporte a un lugar fuera del país de origen.

Medios de Transporte utilizados por Grupo Seb en su proceso de distribución de ventiladores y licuadoras

La empresa Grupo Seb tiene bajo su disposición varias empresas transportadoras que en su totalidad son 18 para poder distribuir sus productos vía terrestre, así puede optimizar en gastos; se requiere el vehículo de acuerdo con las necesidades de la carga a transportar y de acuerdo con ello se genera la solicitud a alguna de las transportadoras:

Vehículo Turbo:

Descripción: Camión rígido de dos ejes, Camión sencillo, Son camiones con mayor capacidad que una camioneta o 350.

Servicio: Mudanzas, Paquetería y Carga Seca.

Capacidad de Carga: 4.5 - 5 TON.

Metros Cúbicos: 21.5

Vehículo Tipo Tractocamión: "Es un vehículo comercial de tarea pesada que se encuentra dentro de la categoría de grandes vehículos de mercancías, contando generalmente con un motor de gran desplazamiento y varios ejes." (Principales, 2018).

Tipos de vehículo de Grupo Seb para la distribución				
Tipo de vehículo	**Capacidad de carga**	**Descripción**	**Características**	**Imagen**
Turbo	5.5 toneladas	Turbo: Son camiones con mayor capacidad que una camioneta o 350. Las referencias más populares son: NHR, NKR II, NNR, NPR y NQR	Vehículo que puede realizar desplazamientos dentro de los perímetros urbanos y realizar las entregas de forma rápida.	
Tracto Camión	de 30 a 35 toneladas	de 30 a 35 toneladas	Vehículo especializado para el transporte de grandes volúmenes de carga a grandes distancias reduciendo el costo de envió con referencia a vehículos con menor capacidad de carga.	

Ilustración 41 Tipos de vehiculos para la distribución
Fuente: Elaboración propia

Distribución de las áreas de servicio dentro de Groupe Seb

La empresa actualmente cuenta con cierta cantidad de bodegas de almacenamiento de materiales, ubicadas principalmente en Cundinamarca y Medellín y un centro principal

de distribución en Rionegro Antioquia, desde donde se gestiona todo el proceso de envíos y entregas de los productos a los clientes y consumidores finales.

Esté centro de distribución es la cede principal y desde donde se coordinan las entregas y envíos que son realizados desde la planta de Cajicá y Medellín y que a su vez direcciona y entrega los resultados pertinentes para el buen desarrollo de las diferentes actividades que deben ser generadas en los equipos de:

Ventas: Dicho departamento y sus equipos de trabajo son dirigidos por un coordinador general, dispuesto por la empresa para trasmitir un desarrollo comercial a los equipos de trabajo que le permitan a la organización generar nuevas y mejoradas estrategias de venta y marketing, basándose siempre en los resultados arrojados mensualmente en los indicadores de seguimiento y control dispuestos por la empresa.

Estructura del trasporte: Este departamento es coordinado y supervisado directamente por los equipos de despacho de la empresa quienes son los encargados de designar el tipo y medio de trasporte a utilizar y por consiguiente realizar la respectiva contratación de la empresa trasportadora, definiendo los respectivos compromisos que adquiere cada una de las partes.

Equipos y medios de control interno: La empresa cuenta con un gran porcentaje de equipos necesarios para realizar las labores logísticas dentro de sus almacenes y que se hacen muy necesarios para el aseguramiento de cargas y su debido trasporte. Algunos de estos equipos pertenecen directamente a los activos de la empresa y otra parte es adquirida en calidad de alquiler según lo requiera su necesidad, generando una labor especial de los

equipos de desarrollo MTTM de la empresa encargados de realizar el control y correcto funcionamiento de dichos equipos.

Gestión interna: El desarrollo y control de los almacenes y sus respectivas necesidades son valoradas y gestionadas directamente por el gerente de la compañía y el área de costos y HSE, quienes son los encargados de determinar el personal necesario para cada uno de los centros de almacenamiento y distribución de la empresa, contribuyendo a que en determinadas ocasiones se opte por la necesidad de realizar contrataciones a empresas externas que ayudan a soportar el servicio de cargue y descargue de los productos con mano de obra ajena a la compañía

DRP" (Distribution Requirements Planning)

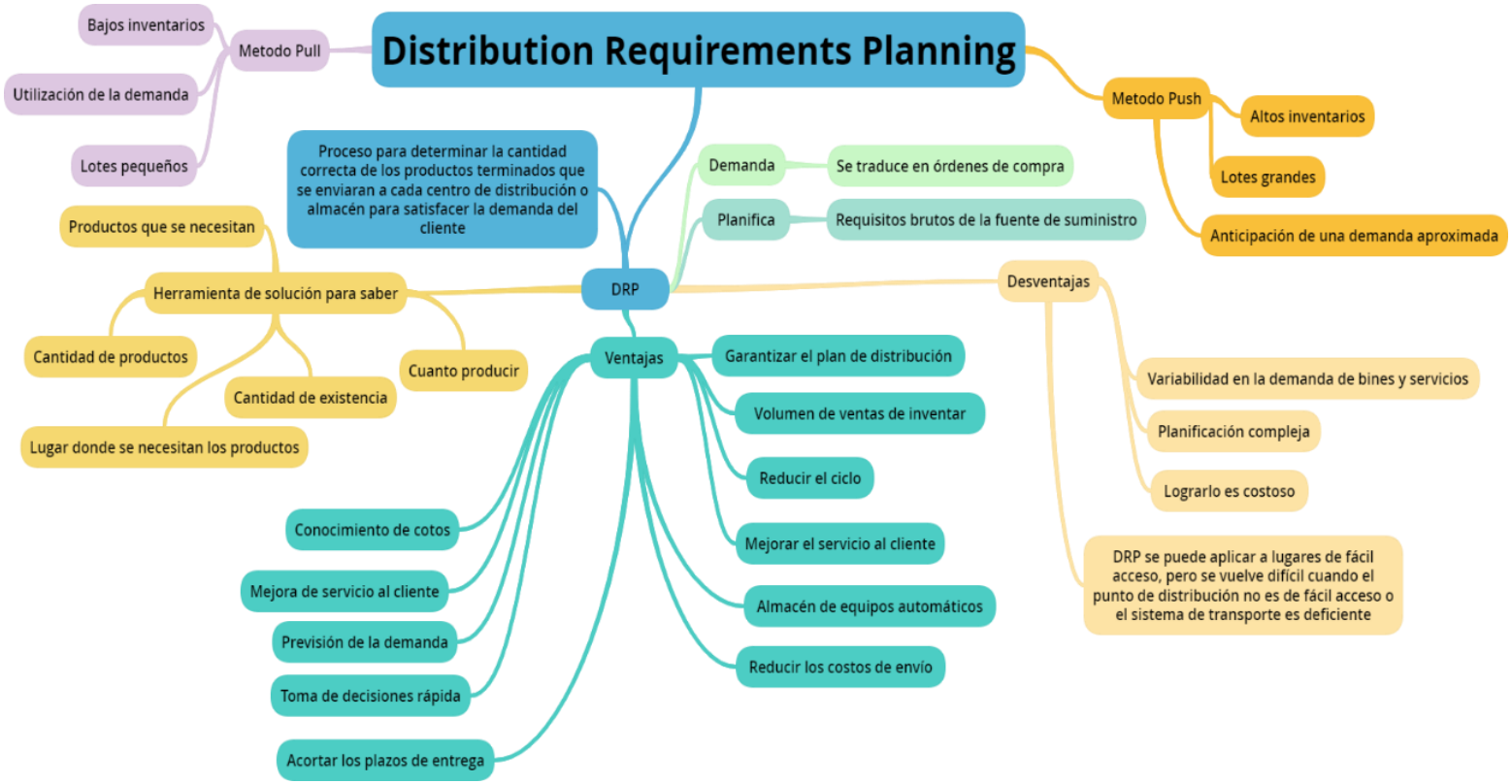


Ilustración 42 DRP
Fuente: Elaboración propia

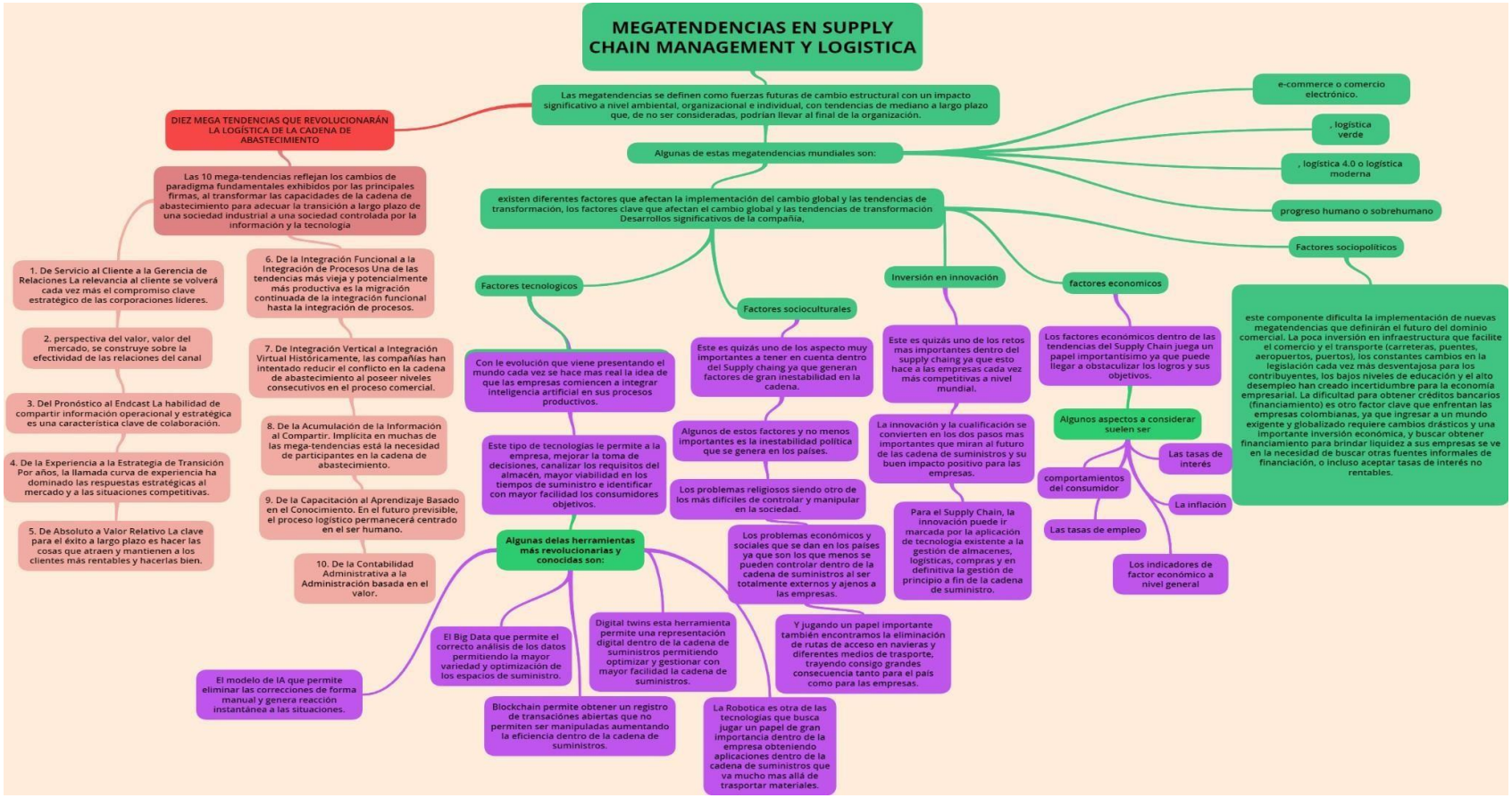


Ilustración 43 Megatendencias en Supply chain management y logistica
Fuente: Elaboración propia

Comentarios relacionados con los factores críticos de éxito que dificultan la implementación de esas mega tendencias en las empresas colombianas

Edith Paola Hernández.

El factor sociopolítico es un factor critico que dificulta la implementación de nuevas megatendencias que definirán el futuro del dominio comercial. La poca inversión en infraestructura que facilite el comercio y el transporte (carreteras, puentes, aeropuertos, puertos), los constantes cambios en la legislación cada vez más desventajosa para los contribuyentes, los bajos niveles de educación y el alto desempleo han creado incertidumbre para la economía empresarial.

La dificultad para obtener créditos bancarios (financiamiento) es otro factor clave que enfrentan las empresas colombianas, ya que ingresar a un mundo exigente y globalizado requiere cambios drásticos y una importante inversión económica, y buscar obtener financiamiento para brindar liquidez a sus empresas se ve en la necesidad de buscar otras fuentes informales de financiación, o incluso aceptar tasas de interés no rentables.

Yeni Alexandra Viafara:

Mega tendencias definidas como fuerzas futuras de cambios estructurales con grandes influencias en el medio ambiente, las organizaciones y desarrollo de tendencias a mediano y largo plazo. En nuestro diario vivir encontramos tendencias que nos están cambiando desde ya como lo son; el comercio electrónico, la logística verde y la logística moderna o 4.0.

Adicional a ello encontramos factores críticos que afectan el desarrollo de las empresas como lo son:

- Tecnológicos
- Socio culturales
- De presupuesto para innovación
- Socio políticos
- Económicos.

Eduard Lisandro Pinto

En Colombia el tema de las mega tendencias cada vez se vuelve un reto mayor para las empresas ya que gran parte de la población no cuenta con un fácil y total acceso al correcto manejo y desarrollo de las TIC, lo cual dificulta cada vez mucho mas la preparación adecuada de las personas y el desarrollo de personas profesionales que contribuyan a soportar los cambios tecnológicos que a diario surge el mundo.

Y es que al observar nuestra actualidad cada vez se requieren softwares con mayor complejidad de uso, pero con una gran capacidad de desarrollo logístico que permite mantener las tendencias comerciales e industriales dentro de un margen de cumplimiento de los objetivos.

Dichos requerimientos generan que las empresas cada vez se enfoquen aún más en el desarrollo de personal con amplio conocimiento en manejo de herramientas tecnológicas, para de esta manera contribuir de forma positiva a la innovación mediante equipos cada vez más competitivos y dispuestos a dar soporte a los retos tecnológicos y comerciales que esta trayendo consigo la globalización.

Yor Leydi Sierra Hernández

Las empresas cada día van evolucionando más por eso deben de estar innovando a diario para que el mercado sea cada vez más competitivo y es allí donde las empresas entran en la implementación de las mega tendencias, pero siempre ahí factores críticos de éxito que dificultan los procesos por ejemplo está la globalización ya que varias empresas en Colombia no exportan a otros países y por ello estás empresas no crean economías y modelos de asociación con otras empresas en diferentes países.

Por ello las empresas deben de ver una inversión a futuro con las mega tendencias apresar de que habrá Factores críticos, pero estos ofrecen oportunidades de ir avanzando en cada empresa para que todas las áreas existan altos estándares de calidad y servicio a sus clientes.

Nelson Andres Albarracin Niño

La logística internacional o local siempre tendrá retos y factores que mejorar por lo tanto al ser Colombia un país subdesarrollado requiere de estrategias más fuertes para llegar al éxito de estos factores.

Los factores críticos son:

Tecnología: Blockchain tendencia nueva en Comercio electrónico en Colombia, Big Data ligada a procesos de logística donde se pueda ver cómo y cuánto se demora un producto en producirse generando además trazabilidad de rutas con información en tiempo real, la Big Data no se enfoca solamente en este proceso también aplica para nuevos

clientes posibles asociaciones y verificar que se debe cambiar en los procesos internos y externos de las empresas.

Inversión e innovación: Nuevas maneras de hacer la logística más simple efectiva y eficaz, nuevos medios de transporte amigables a medio ambiente y más efectivos con rutas claras desde inicio hasta fin, logística al alcance de la mano de cualquier persona que quiera emprender independientemente de si su emprendimiento es de alto valor o no tiene valor.

Sociopolítica: Mantenimiento y mejora en vías de transporte aéreo, marítimo, terrestre, aeropuertos por parte del gobierno con los impuestos del país.

Económicos: Prestamos financieros más rápidos para emprendedores sin tasas de interés altas para evitar financiamientos por parte de entidades informales e ilícita posibilidad de abrir un negocio con una base mínima de dinero.

Socio cultural: Cambios constantes y rápidos debido a las conexiones por redes sociales, la manera en que está distribuida el consumidor los cambios sociopolíticos del país, la calidad de vida debido a la pandemia.

En conclusión detalladamente se debe hacer una fuerte inversión en los anteriores factores para así generar cambios que darán oportunidades en todos los aspectos del país enfocados claramente en el comercio nacional e internacional dando así apertura a un país con más demanda y oferta comercial, esto claramente estableciendo tiempos reales a corto mediano y largo plazo ya que implementar todo esto toma tiempo lo que no es discutible es que se debe hacer porque de lo contrario no lograremos llegar a ser exitosos en estos campos.

Conclusiones

Para llevar a cabo una gestión de demanda y satisfacción de los pedidos, se debe realizar una solicitud de los productos con el fin de que la empresa Grupo Seb desarrolle una organización dentro de sus operaciones y realice el seguimiento de los pedidos de sus clientes; luego se efectuará un plan estratégico que se efectuará en el momento que se reciben los pedidos.

El Global Supply Chin Forum (GSCF) es quizás una de las herramientas más eficientes de las industrias dentro de la cadena de suministros y que mayor margen de rendimiento económico y productivo genera cuando su implementación es llevada a cabalidad de una manera organizada y estrictamente estandarizada dentro de cada uno de los procesos.

Se observa que groupe sed se basa en la información suministrada por cada uno de sus equipos según requerimientos y necesidad para dar pronta solución a sus solicitudes.

Mediante el desarrollo de la presente actividad se puede observar que la metodología de uso de APICS-SCOR que utiliza cada empresa define su forma de operar, dándole un sentido a la cadena de suministros y unos objetivos claros de que es lo que se pretende obtener en cada nivel y de esta manera poder ser cada vez ms eficaces y competitivos en los mercados.

Se puede determinar que para cualquier empresa comercial e industrial la comunicación e información manejada dentro de cada estructura es de vital importancia

según su enfoque y desarrollo, para de esta manera generar un tratamiento acorde a cada necesidad y obtener mayores resultados competitivos.

Las actividades realizadas en todo el sistema de distribución del país deben estar vigiladas y regidas mediante una normatividad y leyes que permiten un orden y estandarización de los procesos involucrados, en de estas actividades que conllevan el suministro dentro y hacia fuera del país con el movimiento de bines y servicios

El tener un buen inventario dentro de groupe Seb es lo que ayuda para cumplir con sus pedidos a tiempo y por esto debe de tener una buena organización dentro del almacén, una buena ubicación, ventilación, fácil acceso a sus productos, lo maneja directamente con el sistema de gestión de cantas quien es quien emite las ordenes de pedidos a la empresa ya que esto con lleva a escalonarse como una buena empresa en cumplimiento y calidad.

El manejo adecuado del suministro de materias y productos terminados permitirá tener un inventario optimo y correcto que no conlleve sobre costos de almacenamiento, gracias al estudio de la demanda del producto que ayudará a la compañía a saber que tanto debe producir y cuando producir teniendo un stock bajo el estudio de necesidades o requerimientos del cliente.

Hoy en día vivimos en una sociedad con un consumo de bienes y servicios a gran velocidad con una demanda y requerimiento diferente por cada cliente, por tal motivo los diseños en el Layout de una organización debe formarse de una manera dinámica y flexible para poder adaptarse a cambios de mejorar y que puedan generar respuesta inmediata y eficaz a esta necesidades cambiantes, todos los factores de cambio dentro de una organización de pueden aplicar a todas sus áreas de trabajo, no solo en sus proceso

productivos, sino también en su producto, trabajo, almacenes, oficinas, comercios, personal, equipos etc.

Bibliografía

Burgos Martínez, W. V., & Botero Gomez, J. (2013). *Estructuración de una red de valor para la línea hogar en EASY Colombia bajo el enfoque organizacional del supply chain management.* Bogotá D.C.: Universidad Piloto de Colombia. Obtenidode http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00001416.pdf

Chediak Pinzón, F. A. (2012). *Investigación de operaciones.* Ibagué: Universidad de Ibagué.

Conexionesan. (26 de Marzo de 2018). *Blog apuntes empresariales* . Obtenido de El rol del planeamiento de la demanda en la gestión de operaciones: https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/03/el-rol-del-planeamiento-de-la-demanda-en-la-gestion-de-operaciones/

Duque. (2008).

Elite. (2017). Las Redes Sociales como canales de comunicación. Obtenido de https://elite.plus/blog/1/las-redessociales-como-canales-de-comunicacion

GROUP SEB. (2017). *Caso de éxito, plan nacional de validación, homologación y calidad de la información.* GROUP SEB. Obtenido de https://www.gs1co.org/Portals/0/Contenido/caso_exito_Grupo_SEB_2017.pdf

Henderson, B. c. (26 de Julio de 2020). *Blog Zipordering*. Obtenido de Estrategia de precios altos y bajos: https://zipordering.com/es/pricing-strategies/high-low-pricing-strategy.html

Imusa. (s.f.). Obtenido de https://www.imusa.com.co/

Libre, P. (27 de Enero de 2022). *Periodico Libre De Guatemala*. Obtenido de Las megatendencias empresariales que todos debemos saber: https://www.prensalibre.com/economia/un-vistazo-amegatendencias/

Logitec, D. I. (1 de Septiembre de 2020). *SCM Media partner*. Obtenido de LAS 5 Tecnologías que impulsarán la cadena de suministros del mañana: https://www.revistalogistec.com/vision-empresarial/analisis-2/3008-las-5-tecnologias-que-impulsaran-la-cadena-de-suministros-del-manana

Lupera. (2013).

Lupera Carpio. (2013).

Mebuscar. (s.f.). ventilador samurái. Obtenido de https://mebuscar.com/co/item/ventilador-samurai-air-protec-maxx-2-en-1-negro-16- 531857910

Murillo. (2018).

Naranjo, J. G. (27 de Abril de 2020). *Video Tutorial Youtube* . Obtenido de Megatendencias en Supply Chain Management y Logistica: https://www.youtube.com/watch?v=fry7ONyQ4hk

Olariaga. (2016).

Pinzón Hoyos, B. (2019). *Supply chain management conocimiento útil 2.* Obtenido de ttp://datateca.unad.edu.co/contenidos/207112/Supply_Chain_Manage

Pinzón Hoyos, B. (2019). *Supply chain management: Conocimiento útil 1*. Obtenido de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/207112/*Procesos*_en_Supply_C

Prensa. (2016).

Principales. (2018).

Quiroa, M. (Diciembre de 2021). *Economipedia*. Obtenido de Estrategia de distribución: https://economipedia.com/definiciones/estrategia-de-distribucion.html

Sotelo, D. A. (6 de Noviembre de 2020). *Modos de trasporte en Colombia*. Obtenido de El transporte es un factor determinante para el desarrollo de la economía mediante la conexión de distintas regiones aisladas.: https://storymaps.arcgis.com/stories/aba5905bec274e649b3d416703b3991d

UNAD. (s.f.). Guía de actividades y rúbrica de evaluación – Fase 6.

zonalogistica. (s.f.). El Transportation Management System (TMS) en la logística. Obtenido de https://zonalogistica.com/el-transportation-management-system-tms-en-la-logistica-2/