

Propuesta de Supply Chain Management y Logística para la empresa Ramo S.A.

Integrantes:

Alberto Neyid Esparragoza

José Francisco Pugliese Sierra

Julio Barros Nieto

Humberto Arana

David Ortegón Sierra

Presentado a:

MSc. Ing. Fairuz Anyerine Rolong Estrada

(Tutor)

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Diplomado de Profundización en *Supply Chain Management* y Logística

Opción de Grado

Tabla de contenido

Resumen.....	9
Introducción	11
Objetivos del trabajo	12
Objetivo General.....	12
Objetivos específicos	12
Configuración de la red de suministro para la empresa Ramo S.A	13
Presentación de la empresa	13
Conceptualización y contextualización.....	13
Análisis de la configuración de la red de suministro de la empresa Ramo S.A.....	14
Miembros de la red a la cual pertenece la empresa Ramo S.A.....	14
Red Estructural de una empresa a la cual pertenece de la empresa Ramo S.A.....	14
Dimensiones estructurales de la red de valor de la empresa Ramo S.A	15
Tipos de Vínculos de procesos en la empresa Ramo S.A	16
Conceptualización y contextualización.....	18
Identificación y aplicación de los 8 procesos estratégicos en la empresa Ramo S.A.....	18
Procesos según enfoque de APICS-SCOR	29
Conceptualización y contextualización.....	30
Identificación e implementación de los 6 procesos según APICS - SCOR en la empresa Ramo S.A.	30
Identificación de los flujos en la Cadena de Suministro de la empresa Ramo S.A	38
Conceptualización y contextualización.....	38
Análisis de los flujos en la Cadena de Suministro de la empresa Ramo S.A.....	38
Colombia y el LPI del Banco Mundial	44

	3
Conceptualización y contextualización.....	45
Comparativo de Colombia ante el mundo.....	45
Colombia: CONPES 3982 – Política Nacional Logística.....	61
Conceptualización y contextualización.....	61
Elementos fundamentales CONPES 3982 - Política Nacional Logística.....	61
El Efecto Látigo (The Bullwhip Effect).....	63
Conceptualización y contextualización.....	63
Análisis de causas en la empresa RAMO S.A.....	63
Gestión de Inventarios	67
Conceptualización y contextualización.....	67
Análisis de la situación actual de la gestión de inventarios en la empresa Ramo S.A.....	67
Instrumento para recolección de la información.....	67
Diagnóstico de la situación actual a partir de la información obtenida.....	68
Estrategia propuesta para la gestión de inventarios en la empresa Ramo S.A. a partir del diagnóstico realizado.....	70
Análisis de las ventajas y desventajas de centralizar o descentralizar los inventarios de la empresa Ramo S.A.....	70
Modelo de gestión de inventarios recomendado para la empresa Ramo S.A.....	71
Pronósticos de la demanda de la empresa Ramo S.A.....	72
El layout para el almacén o centro de distribución de una empresa.....	73
Conceptualización y contextualización.....	73
Situación actual del almacén o centro de distribución de la empresa Ramo S.A.....	73
Propuesta de mejora en el almacén o centro de distribución de la empresa Ramo S.A.....	74
El aprovisionamiento en la empresa	76
Conceptualización y contextualización.....	76

El proceso de aprovisionamiento en la empresa Ramo S.A.....	4 76
Análisis de la situación actual del proceso de aprovisionamiento.....	77
Instrumento para recolección de la información.....	77
Aplicación del Instrumento de Recolección y Resultados.....	77
Diagnóstico de la situación actual a partir de la información obtenida.....	79
Estrategia propuesta para el aprovisionamiento en la empresa Ramo S.A. a partir del diagnóstico realizado.....	79
Método de Evaluación de Proveedores.....	82
Instrumento propuesto para la evaluación y selección de proveedores en la empresa Ramo S.A.....	82
83	
Descripción del proceso de selección y evaluación de proveedores en la empresa Ramo S.A.....	83
Procesos logísticos de distribución.....	85
Conceptualización y contextualización.....	85
Análisis de los procesos logísticos de distribución de la empresa Ramo S.A.....	85
El TMS.....	86
Identificación de la estrategia de distribución en la empresa Ramo S.A.....	87
Modos y medios de transporte utilizados por la empresa Ramo S.A. en sus procesos de aprovisionamiento de materias primas y distribución de su producto terminado.....	87
Conveniencia de utilización de servicios de embarque directo en la empresa Ramo S.A.....	88
Viabilidad de implementación de estrategia de Cross Docking en la empresa Ramos S.A.....	88
Determinación de la estrategia adecuada para los negocios de la empresa Ramo S.A.....	89
Beneficios en la empresa con los cambios en la industria de la distribución.....	90
Mega Tendencias en Supply Chain Management y Logística.....	91
Conceptualización y contextualización.....	91
Aspectos fundamentales de las mega tendencias en Supply Chain Management y Logística – Mapa conceptual.....	91

	5
Factores críticos de éxito que dificultan la implementación de esas mega tendencias, en las empresas colombianas y en la empresa Ramo S.A.....	92
Conclusiones.....	94
Bibliografía.....	95
Anexos.....	97

Índice de tablas

Tabla 1 Comparativo Año 2012 Colombia vs Argentina.....	46
Tabla 2 Comparativo Año 2012 Colombia vs Costa Rica	46
Tabla 3 Comparativo Año 2012 Colombia vs Canadá	47
Tabla 4 Comparativo Año 2012 Colombia vs España	48
Tabla 5 Comparativo Año 2012 Colombia vs Asia	48
Tabla 6 Comparativo Año 2012 Colombia vs Sudáfrica	49
Tabla 7 Comparativo Año 2014 Colombia vs Argentina.....	49
Tabla 8 Comparativo Año 2014 Colombia vs Costa Rica	50
Tabla 9 Comparativo Año 2014 Colombia vs Canadá	51
Tabla 10 Comparativo Año 2014 Colombia vs España	51
Tabla 11 Comparativo Año 2014 Colombia vs Turquía.....	52
Tabla 12 Comparativo Año 2014 Colombia vs Sudáfrica	52
Tabla 13. Comparativo Año 2016 Colombia vs Argentina.....	53
Tabla 14. Comparativo Año 2016 Colombia vs Costa Rica	54
Tabla 15. Comparativa Año 2016 Colombia vs Canadá.....	54
Tabla 16. Comparativo Año 2016 Colombia vs España.....	55
Tabla 17. Comparativo Año 2016 Colombia vs Turquía.....	55
Tabla 18. Comparativo Año 2016 Colombia vs Sudáfrica	56
Tabla 19 Comparativo Año 2018 Colombia vs Argentina.....	56
Tabla 20 Comparativo Año 2018 Colombia vs Costa Rica	57
Tabla 21 Comparativo Año 2018 Colombia vs Canadá	58
Tabla 22 Comparativo Año 2018 Colombia vs España	58
Tabla 23 Comparativo Año 2018 Colombia vs Turquía.....	59
Tabla 24 Comparativo Año 2018 Colombia vs Sudáfrica	59
Tabla 25 Instrumento Levantamiento de Información Empresa Ramo S.A	68
Tabla 26 Entrevista Director de Operaciones RAMO S.A	77

Índice de figuras

Ilustración 1 Estructura de la red de suministro RAMO S.A	15
Ilustración 2 El CRM como estrategia de negocio	20
Ilustración 3. Objetivos del CRM	21
Ilustración 4. Flujo de información de la empresa Ramo S.A.....	40
Ilustración 5. Flujo de proceso de la empresa RAMO S.A	41
Ilustración 6. Flujo de efectivo de Ramo S.A	43
Ilustración 7. Cuadro sinóptico Conpes 3547.....	62
Ilustración 8. Evaluación a proveedores RAMO S.A.....	82
Ilustración 9. Mapa TMS	87

Índice de Anexos

Anexo A Plano del Layout Actual empresa RAMO S.A.....	97
Anexo B Plano del Layout propuesto, justificando los cambios realizados para la empresa RAMO S.A	98
Anexo C Resultados Evaluación Proveedor Itacol de Occidente S A	99
Anexo D DRP Planificación de Requerimientos de Distribución.....	100
Anexo E Mega tendencias Supply Management	101

Resumen

El objetivo del siguiente estudio fue identificar estructuras, procesos logísticos y cadena de suministro en la empresa RAMO S.A. mediante el uso de modelos de optimización.

Considerando lo anterior como un proceso de importancia en el hecho que puede potenciar y suministrar formas de optimización en cuanto a los recursos.

Es así como se logró el detalles sobre la conformación de los requerimientos de distribución de la empresa Ramo S.A y como afecta esto a la distribución a la empresa, también, se demuestra como hay una gran variedad de ventajas que hace que la empresa crezca de manera rápida y seguir aventajándose competitivamente, también se obtienen las nuevas formas de emplear la búsqueda del éxito de la compañía a través de soluciones para los problemas de distribución y transporte que puedan seguir siendo empleados para la organización.

Palabras Claves: Logísticos, cadena de suministro, optimización, recursos, transporte, distribución.

Abstract

The objective of the following study was to identify structures, logistic processes and supply chain in the company RAMO S.A. through the use of optimization models. Considering the above as a process of importance in the fact that it can enhance and provide ways to optimize resources.

This is how it was achieved the details about the conformation of the distribution requirements of the company Ramo S.A. and how this affects the distribution to the company, also, it is demonstrated how there is a great variety of advantages that makes the company grow in a fast way and to continue being competitively advantageous, also the new ways of employing the search of the success of the company through solutions for the distribution and transportation problems that can continue being employed for the organization are obtained.

Key words: Logistics, supply chain, optimization, resources, transportation, distribution.

Introducción

Trabajo colaborativo del curso de Diplomado en SCM y logística del grupo 207115_42, perteneciente al programa académico del periodo 1602 del 2022.

La cadena de suministro se ha considerado como una estructura importante y necesaria en cualquier economía, su estudio permite a las organizaciones potenciar el desarrollo de la producción y comercialización de bienes y servicios, en ese sentido, conocer las relaciones y dependencias de una organización en una cadena de suministro ayuda a incrementar su competitividad y rentabilidad, además de mantener un contacto directo con cada integrante de la cadena de suministro e incorporando nuevas herramientas informáticas, de comunicación y un adecuado sistema de gestión.

Por tal razón en el transcurso de este diplomado se abordaron 11 fases que exigieron a todo el equipo de estudiantes enfocarse en los diferentes contenidos que integran una cadena de suministro y bajo la experticia y los conocimientos adquiridos proponer una mejora en el Supply Chain Management y Logística de la empresa RAMO S.A.

El presente trabajo se encuentra estructurado en 11 partes principales, dentro de los cuales se encuentra una descripción inicial de la empresa, su estructura organizacional, tanto vertical como horizontal, los procesos de enfoque básicos y los APICS-SCOR, identificación de la cadena de suministro, la posición del país frente a otras naciones, la gestión de inventarios, de aprovisionamiento hasta análisis de las mega tendencias.

Objetivos del trabajo

Objetivo General

Identificar estructuras, procesos logísticos y cadena de suministro en la empresa RAMO S.A. mediante el uso de modelos de optimización.

Objetivos específicos

Conocer el proceso de distribución de la empresa Ramo, analizando los medios y modos de transporte que utilizan en la actualidad, proponiendo una mejora en su canal de distribución.

Proponer mejoras a los procesos logísticos de la empresa Ramo S.A

Identificar la estrategia de distribución de la empresa productos Ramo S.A.

Aplicar los ocho procesos estratégicos según el Global Supply Chain Fórum (GSCF) en la empresa Ramo S.A.

Configuración de la red de suministro para la empresa RAMO S.A.

La empresa de productos Ramo S.A cuenta con una red en la cual identificaremos los miembros, la elaboración de su red estructural y las dimensiones de la red de valor; elaborando el diagrama estructural y explicando su posición horizontal y vertical, además de los vínculos de procesos señalados en la red.

Presentación de la empresa

La empresa que trabajaremos en el desarrollo de este trabajo es Ramo S.A una empresa de alimentos colombiana especializada en producir y distribuir productos de panadería.

Conceptualización y contextualización

La empresa Ramo S.A, se debe mantener en contacto continuo con la dirección, monitoreando puestos de trabajos, órdenes de pedidos con los requerimientos según los servicios y características de este, por tal razón se comparte sus flujos en la cadena de suministro.

Teniendo como base el análisis de los datos, las organizaciones pueden planificar desde corto a largo plazo, aumentar la eficacia de la gestión de la cadena de suministros y coordinar y comparar los procesos entre fabricantes, proveedores y clientes.

Hoy en día las organizaciones de diferente sector a nivel mundial , utiliza el modelo como base para la cadena de suministro global y específica del sitio proyectos de mejora. SCOR abarca todas las interacciones con los clientes (de cotización a efectivo), todas las transacciones materiales físicas (adquisición a pago, incluidos equipos, suministros, repuestos, producto a granel, software, etc.) y todas las interacciones del mercado (manufactura, desde la comprensión de la demanda hasta el cumplimiento de cada pedido).

Para la compañía debe ser importante determinar la logística que le permita identificar oportunidades entre proveedores y clientes para conseguir nuevas oportunidades de innovación para resolver adversidades a todos los involucrados, logrando que todos los procesos sean eficientes, y para lograr esa eficiencia debemos mantener una logística de prestación y disposición para todos los procesos que involucren nuestros productos o servicios.

Análisis de la configuración de la red de suministro de la empresa RAMO S.A.

La red de suministro comparte los agentes que intervienen de forma directa con la elaboración, distribución y disposición en venta, los cuales se han identificado en el desarrollo de esta unidad.

Miembros de la red a la cual pertenece la empresa RAMO S.A.

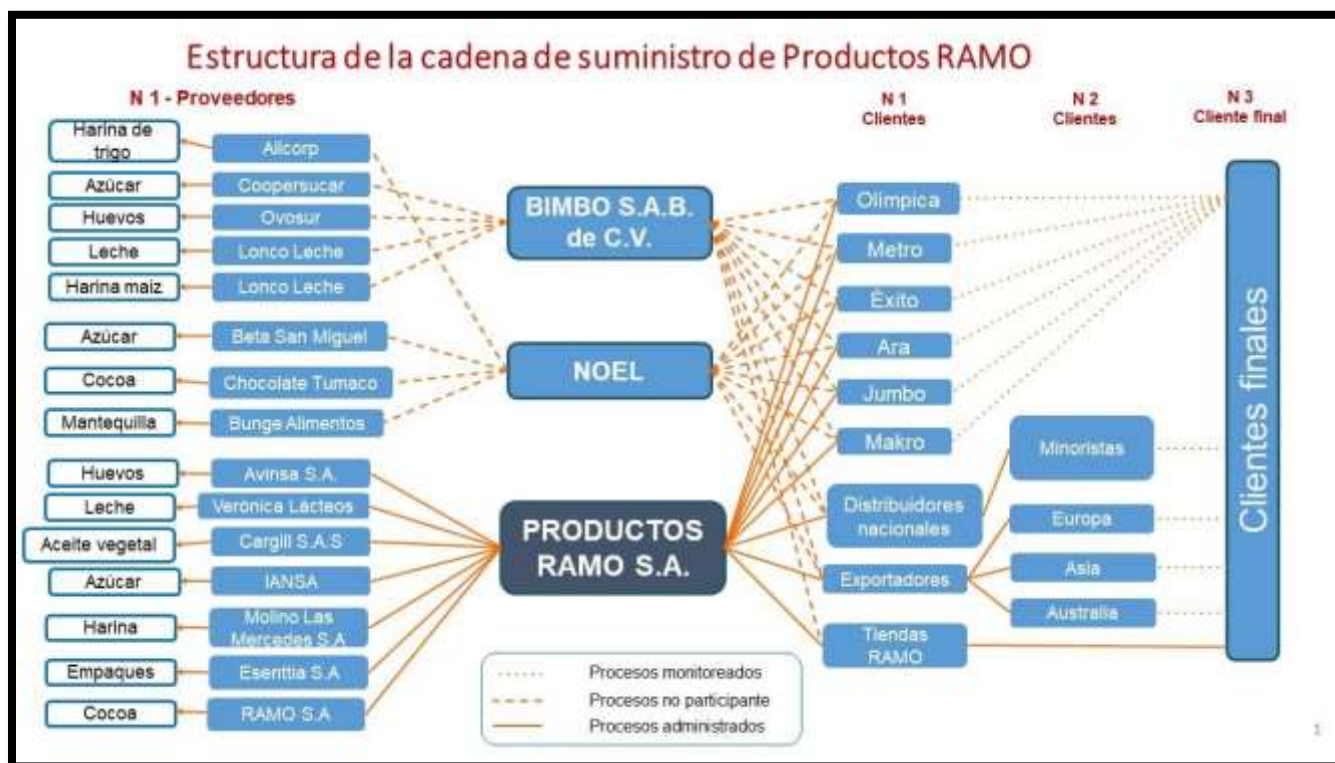
Ramo decide comprar la empresa AVINSA S.A. quien los provee con huevos y así mismo la empresa importa el trigo y lo procesa en el Molino Las Mercedes donde produce la harina necesaria para fabricar sus productos, adicional la empresa Ramo requiere de otro ingrediente que produce la misma empresa que es el cacao que utilizan para producir algunos productos como el choco Ramo, sin embargo, Ramo cuenta con más proveedores como la empresa Verónica lácteos quien los provee de leche; la empresa Cargill S.A.S que los provee de aceite vegetal; la empresa IANSA que los provee de azúcar y la empresa Esentia S.A. que les provee los empaques de sus productos.

Por otro lado, Ramo tiene diferentes tipos de canales de distribución, entre ellos se encuentran los minoristas como tiendas de barrio, vendedores ambulantes, cafeterías; los mayoristas como supermercados de cadena y supermercados independientes. Además, Ramo cuenta con puntos de venta directos llamados tiendas Ramo donde se puede encontrar todo el catálogo de productos a disposición. En consecuencia, los diferentes clientes son las tiendas de barrio, cafeterías, vendedores ambulantes, supermercados y el consumidor final.

Red Estructural de una empresa a la cual pertenece de la empresa Ramo S.A.

A continuación, se grafica la red estructural de la empresa Ramo, incluyendo proveedores, clientes, productos y principales canales de distribución.

Ilustración 1 Estructura de la red de suministro RAMO S.A.



Nota: El gráfico corresponde a la cadena de suministro de la empresa Ramo S.A.

Fuente: Elaboración Propia

Dimensiones estructurales de la red de valor de la empresa Ramo S.A.

Estructura horizontal

La red de valor de Productos Ramo S.A en el lado de los proveedores alcanza el Nivel 1 puesto que sus proveedores de materias primas como Verónica lácteos, iansa y Esential fabrican sus propias materias primas para la elaboración de sus productos.

Por otro lado, en el lado de los clientes alcanza el nivel 3 ya que Ramo vende sus productos a distribuidores nacionales y exportadores quienes a su vez venden la mercancía a minoristas como tiendas en Colombia y otros países.

Estructura vertical

La estructura vertical de la empresa es amplia puesto que cuenta con diferentes proveedores de sus materias primas y diferentes clientes a nivel nacional e internacional, adicional, la empresa Productos Ramo S.A. implementó la estrategia de integración hacia atrás con la compra de la empresa Avinsa y el molino las mercedes quienes proveen de huevos y harina respectivamente. Así mismo, la empresa fabrica su propio cacao que utilizan para producir productos con chocolate como el choco Ramo.

Otro aspecto importante es la implementación de la estrategia de integración vertical hacia adelante puesto que logró desintermediar un porcentaje de sus ventas con la apertura de las Tiendas Ramo en algunas ciudades del país.

Además, en su página web cuentan con una sección llamada “Tienda” donde el cliente puede acceder y solicitar sus productos para que se los entreguen en su hogar, de esta forma, logran llevar los productos directamente al consumidor.

Posición Horizontal de la Compañía.

La empresa Productos Ramo S.A. es la fuente de abastecimiento, lleva un control más preciso de sus productos y procura su calidad, sus productos al ser perecederos deben ser empacados y enviados apenas se producen. Sin embargo, son capaces de ajustar su producción y satisfacer las exigencias y necesidades del consumidor.

Tipos de Vínculos de procesos en la empresa Ramo S.A.

En la ilustración 1, se muestran los tipos de vínculos de la empresa Ramo S.A los cuales se mencionan a continuación:

Administrado

Los vínculos administrados son aquellos donde Ramo integra un proceso con uno o más clientes y proveedores. En este caso, la empresa tiene vínculos administrados con todos sus

proveedores puesto que pretender supervisar y mantener la calidad de sus materias primas. De igual forma, mantiene un vínculo administrado con sus clientes de nivel 1, 2 y 3 puesto que puede vender su producto directamente al cliente final.

Monitoreado

En Ramo se generan vínculos monitoreados con los clientes del tercer nivel, es decir, con los clientes finales. Esto lo hace para conocer sus preferencias y empatizar con ellos para adelantarse a sus necesidades generando un negocio viable y rentable.

No administrado

En el caso de Ramo no cuenta con vínculos no administrados ya que su objetivo es tener el mayor alcance posible de la cadena de suministro para mantener la competitividad en el mercado y generar flexibilidad en sus procesos.

No participante

Finalmente, los vínculos de procesos de no integrantes de la cadena de suministro, en este caso son aquellos entre proveedores y una empresa de la competencia como lo es Bimbo para Ramo. Además de los vínculos que tienen dichas empresas competidoras con sus clientes quienes en este caso son los mismos clientes de RAMO.

Procesos según enfoque del Global Supply Chain Forum (GSCF)

Para iniciar es importante conceptualizar la definición de los procesos que conforman el Supply Chain Management utilizada por The Global Supply Chain Fórum en donde se desarrolló el concepto detallado a continuación:

“Supply Chain Management es la integración de los procesos clave de negocio desde los usuarios finales a través de los proveedores primarios que suministran productos, servicios e información que agrega valor para los clientes y otros involucrados” (Pinzon, 2005).

Conceptualización y contextualización

Los integrantes del fórum identificaron ocho (8) procesos clave que necesitan ser implementados dentro y a través de los participantes que conforman el Supply Chain y que forman parte clave del foco del Supply Chain Management.

Identificación y aplicación de los 8 procesos estratégicos en la empresa RAMO S.A.

A continuación, su identificación y aplicación en la empresa RAMO S.A.

Customer Relationship Management (CRM): Administración de las Relaciones con el Cliente.

(Jain S, 2005) Subraya que el objetivo del CRM es ir capturando la lealtad de por vida de los mejores clientes, ofreciendo productos y servicios que respondan a sus necesidades individuales. Para este autor, la estrategia CRM es mucho más que marketing de base de datos, ya que comprende los siguientes aspectos:

1. Recoger y utilizar información para anticiparse a las prioridades cambiantes de la demanda y a la dinámica del mercado. (Garrido M, 2008).
2. Incrementar la efectividad de sus contactos con los clientes más valiosos. (Garrido M, 2008)
3. Conducir la generación de ingresos a través del incremento en ventas, las ventas cruzadas y la lealtad del cliente. (Garrido M, 2008)
4. Incrementar la rentabilidad mejorando la efectividad del canal.
5. Utilizar la privacidad como camino para conseguir la lealtad del cliente y el incremento de su porcentaje de gasto. (Garrido M, 2008)
6. Controlar y medir los resultados de negocio. (Garrido M, 2008)

Además, debemos mencionar que una de la forma de implementar la administración de las relaciones con el cliente en la empresa RAMO S.A, es estableciendo las pautas de los sub procesos, estratégicos y operacionales, los cuales funcionan de la siguiente manera:

Sub procesos estratégicos

Revisar estrategias corporativas y de marketing: esto lo podemos implementar en la empresa Ramo S.A. a través de puntos de conexión entre los clientes más competitivos y exitosos como lo son olímpicas, metro, éxito, ara, jumbo, y makro dentro de todos nuestros distribuidores de gran escala y sin descuidar a los que le siguen en nuestro proceso de sostenibilidad.

Identificar criterios para categorizar clientes: para categorizar los clientes más importante para la compañía Ramo S.A debemos de tener en cuenta una serie de aspectos muy importante que le permitan a la compañía lograr mantenerse y ser competitiva, los cuales se deben categorizar por la ganancias que generan, crecimiento para la compañía, la posición competitiva, el conocimiento del mercado, la participación en el mercado, penetración en la industria, el margen, la tecnología, recursos, compatibilidad, canales de comercialización, y canales de compra.

Proveer guías para la diferenciación de productos y servicios acordados: para la compañía Ramo S.A debe ser muy importante que nuestros clientes tengan bien en claro los productos o servicios contratados para evitar decepciones o una mala imagen con el cliente, siempre se debe garantizar la satisfacción de todos nuestros aliados, considerando los ingresos y costos de varias alternativas marcando los límites entre las diferencias de productos o servicios.

Desarrollar esquema de métricas: dentro de los procesos de la compañía RAMO S.A es muy importante tener definidos los impactos que generan cada cliente, en cuanto a las ganancias que se establecen por mantenerlos, ya que esto nos valoriza como empresa competitiva.

Sub proceso operacional

La empresa Ramo S.A debe asegurar sus procesos a través del desarrollo o implementación de diferentes oportunidades de ventas, costos o servicios, en la cual se debe analizar las ganancias de los clientes y evaluar el potencial de crecimiento, preparar el equipo

para reconocer el personal de ventas, revisar interiormente las cuentas sobre los productos comprados y el desarrollo de venta, además del posicionamiento en la industria de la compañía Ramo S.A, buscando identificar nuevas oportunidades en la generación de ventas o reducción de costo para mejorar los servicios, esto sin descuidar la elaboración de productos acordados con los diferentes clientes, también debemos medir el rendimiento generando reportes de utilidad para la compañía.

Ilustración 2 El CRM como estrategia de negocio



Nota: Se detalla la importancia del CRM dentro de las organizaciones en su dirección estratégica.

Fuente: (Martel y Bustamante, R. P, 2015)

Ilustración 3. Objetivos del CRM

	Objetivos	Problemas	Soluciones
1	Retener Clientes	Aumento de exigencia de los clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Automatización de Fuerza de Ventas • Optimización / Transformación de Centro de Contacto (Multi-Canal) • Mejora de la Atención al Cliente • Ampliar y analizar el comportamiento de nuestro negocio
2	Expandir Mercados	Operar en Tiempo Real	<ul style="list-style-type: none"> • Autoservicio y autoabastecimiento • Personalización del producto y servicio • Automatización y personalización del marketing • Servicio 24*7
3	Mejorar Eficiencia	¿Qué, Cómo Cuándo Dónde y Quién?	<ul style="list-style-type: none"> • Información completa e integrada de nuestros clientes en todas sus vertientes y relaciones • Análisis predictivo, histórico, cuantitativo, cualitativo, etc.

Nota: Se detalla los objetivos del CRM dentro de la solución a problemáticas presentadas al interior de las organizaciones.

Fuente: (Belmonte O, 2022)

El objetivo estratégico en CRM para la empresa Ramo S.A. consiste en incrementar las oportunidades mejorando la comunicación con el cliente externo como interno, proponiendo la mejor oferta, a través de canales adecuados y en el tiempo oportuno, creando esa prioridad en satisfacer sus necesidades.

Customer Service Management: Administración del Servicio al Cliente.

La administración del servicio al cliente dentro de las compañías se implementaría bajo dos sus procesos, estratégico y operacional, en la cual se busca garantizar información para el cliente, en cuanto a la disponibilidad de los productos, fechas de embarques y estado de las ordenes de servicio, suministrando información en tiempo real de la manufactura y la logística, siendo la responsable de la administración de productos y servicios.

Sub procesos estratégicos

Se busca desarrollar estrategias del servicio al cliente definiendo sus necesidades personales, entregando en los tiempos establecidos a través de la organización y puesta en marcha de lo correspondiente para cumplir, implementar procedimientos que nos permitan dar respuestas a los eventos que el cliente requiera de forma oportuna y apropiada, definiendo las pautas internas y externas para la satisfacción del cliente, con infraestructuras que permitan establecer las necesidades de sistemas de información y de comunicación, además de los esquemas de métricas para la clasificación de eventos, problemas de operación y oportunidades de mejora que permita corresponder a los entregables.

Sub proceso operacional

La compañía debe reconocer los eventos para que la meta de ser proactivo ejerza el reto para la administración en los productos y servicios acordados, en la cual se debe identificar los eventos con su naturaleza, para evaluar situaciones y alternativas buscando la forma de cómo responder, implementando soluciones que permitan coordinar con los dueños de los procesos funcionales que se encuentren dentro de lo requerido para responder ante lo necesario y monitorear la evolución de eventos, registrando información para medir los comportamientos con las menores interrupciones posibles para los clientes.

Demand Management: Administración de la Demanda.

La planificación, implementación y control de actividades logísticas requiere estimaciones precisas del volumen de producto que va a manejar el sistema logístico, para una empresa conocer el dato exacto de la demanda es determinante para tomar decisiones estratégicas que disminuyan costos y valores de producción. Para empresa Ramo S.A se debe implementar herramientas ofimáticas y de programación que calculen de manera periódica los promedios y la suavización exponencial de la demanda; adicional una cantidad aproximada con el fin de planificar y ejecutar planes de producción, abastecimiento y provisionamiento. Es importante dejar en claro que para la empresa Ramo S.A la satisfacción del cliente es lo

primordial, su implementación no afectaría la calidad del producto ni su abastecimiento de acuerdo a la oferta y demanda del mercado.

Order Fulfillment: Ordenes Perfectas.

El OFP es un proceso muy complejo, ya que es ejecutado por diferentes entidades funcionales dentro de la empresa y está compuesto por tareas y recursos interdependientes. Las tareas principales que lo componen (según Lin et al. 1998) son: - Gestión de pedidos, que abarca la recepción de pedidos por parte de los clientes y la realización de pedidos a los proveedores. (Dominguez, Dios, Framinan, & León B, 2010)

- Producción, que incluye planificación de la producción, planificación de los materiales, planificación de la capacidad y control del taller. (Dominguez, Dios, Framinan, & León B, 2010)

- Distribución, que considera tareas logísticas como el control de inventarios, transporte, etc. (Dominguez, Dios, Framinan, & León B, 2010) Los principales objetivos del OFP pueden resumirse en los siguientes: Entrega de productos de calidad que satisfagan los pedidos del cliente en el instante y lugar adecuados. (Dominguez, Dios, Framinan, & León B, 2010) Tratar adecuadamente incertidumbres tanto internas como externas.

Las principales fuentes de incertidumbre son la demanda (volumen y composición), el proceso (rendimiento, inactividad de las máquinas, transporte) y el suministro (calidad de la partida, fiabilidad de las entregas). Los inventarios son utilizados normalmente para proteger la cadena de suministro contra estas incertidumbres (Dominguez, Dios, Framinan, & León B, 2010)

La gestión de la orden la podemos implementar para la empresa RAMO S.A a través de la integración de los planes de manufactura, logística y marketing, sus procesos estratégicos y operacionales se adaptarían de la siguiente manera.

Procesos estratégicos: Se evalúan las competencias críticas dentro de la orden perfecta y se determina las diferencias en el servicio, revisando las estrategias, entendiendo las necesidades

de los clientes, determinando las capacidades de la gestión de la cadena y el presupuesto de gestión de órdenes, definiendo los requerimientos de las ordenes perfectas, en la cual se debe revisar orden, pago y capacidad de suministro, definiendo los tiempos de servicio al cliente, operaciones y evaluar competencias, analizar la red de logística para determinar las restricciones financieras, los productos que se producen por planta y la ubicación para los modos de transporte, lo cual permite establecer los planes para pedidos perfectos, alcanzando las metas de la organización.

Procesos operacionales: se deben definir los pasos específicos con respecto a las órdenes de los clientes, en la cual se generan y comunican las órdenes para transmitir e ingresar, las cuales deben ser procesadas para revisar inventarios y créditos, en el flujo de la orden y transporte, con la manipulación de documentos se reconoce la orden, se prepara conocimiento de embarque e instrucciones para generar facturas, en el proceso de llenar la orden, se escogen y se empacan los productos, se diligencia la carga y se prepara la confirmación de la misma, en la entrega de la orden se preparan los documentos de embarque y se confirma el envío para auditar y pagar, además se desarrollan las actividades post entrega y se mide el desempeño, donde se hacen post pagos, registran deudores morosos, el equipo de las ordenes perfecta debe ser el responsable de preparar toda la documentación.

Manufacturing Flow Management: Administración de Flujo de Manufactura.

La administración del flujo de manufactura la debemos implementar en la empresa RAMO S.A a través de la fabricación de los productos y el establecimiento de la flexibilidad necesaria para servir con las metas del mercado, incluyendo lo requerido para administrar el flujo de productos.

Sub procesos estratégicos

Se debe determinar la infraestructura de manufactura requerida para ordenes perfectas de acuerdo a las necesidades del cliente, revisando estados de preparación para evoluciones del mercado, se debe contar con experiencia, estudiar políticas y resolver pronósticos, determinando los tiempos para el cliente, estableciendo controles de calidad, capacidad de crecimiento que

permitan establecer pautas para fabricar o vender, obtener metas del servicio al cliente, con inventarios de stock y localización, que permitan implementar planes de contingencia de proveedores, para sostener necesidades de procesos, permitiendo comunicación y retroalimentación para el buen funcionamiento de la organización.

Sub proceso operacional

Se debe determinar la vía y la rapidez por medio de la manufactura implementando el plan de producción, convirtiendo el resultado de la administración de la demanda en plan de recurso y producción, donde se integren las instalaciones de manufactura detallado de capacidad y requerimientos, administrando los inventarios de materia prima, subcomponentes, empaques, procesos, metas cumplidas y el control de producción, examinando y reportando la calidad de los productos fabricados para identificar problemas y medir rendimientos para los procesos de la compañía.

Product Development and Comercialization: Desarrollo y Comercialización de Productos.

Implementar este proceso en RAMO, como en toda empresa es un proceso que entra ser detallado, porque de este depende su estancia en el mercado.

El desarrollo de productos es muy crítico para desarrollo de firma; innovar y diseñar cada detalle de lo que se lanzara al mercado es complejo, por eso con el supply chain management entra ser fundamental la participación de clientes y proveedores con el fin de implementar el mejor diseño e impacto que evolucione el mercado, Teniendo en cuenta todos los procesos que llevarías a la creación de un nuevo producto para seguir manteniéndose en el mercado.

El proceso o desarrollo de comercialización de productos es el cual donde se centra en la estrategia de recursos, como revisión de estos, estrategias de marketing estas contienen dichas estrategias avaladas por los clientes. Todos estos planes son los que pueden impactar en el desarrollo del producto.

Esto puede considerarse en la generación de ideas, incentivos, para el desarrollo de estas, este proceso estratégico se puede iniciar con una serie de seis pasos para llegar a finalización de un producto.

Primer paso sería, una lluvia de ideas, generadas con el fin de establecer la que mejor nos llame la atención. Esta lluvia de ideas relacionada con todo lo del mercado, estas son algunas variables con la que se empieza como los es el mercado objetivo, matriz DOFA, funcionalidad, productos que ya existen, método SCAMPER.

Para el paso 2 se trabaja en la definición de producto la cual utiliza una estrategia de marketing, un análisis de negocio, una propuesta de valor, estas son todas las necesarias para que podamos llegar a definir el producto que tenemos en mente.

Paso 3, sería la elaboración de un prototipo, que consiste en elaborar ya sea un dibujo o un boceto o algo más complejo con el fin de identificar todas esas características que se centraran en ese producto, este entrara a ser participe en la estrategia de desarrollo, estrategia de riesgo en el mercado, análisis de viabilidad, producto mínimo viable, después del desarrollo de estos pasos presente.

Pasaríamos al cuarto paso llamado diseño inicial, para este convendría siempre tener varios diseños para así optar por uno hasta que el desarrollo de este quede bien, para la elaboración de este diseño inicial deberían tener contacto con todos los involucrados, conseguir los materiales pertinentes, recibir comentarios iniciales.

Validación y pruebas sería un quinto paso, es donde se realiza todas las pruebas de calidad, defecto y detalles del producto, con el fin de cumplir todos los objetivos pertinentes antes de lanzar(los) al mercado.

Cumple también con una serie de pasos como lo son validación de marketing y desarrollo y concepto de pruebas

Y el paso sería comercialización del producto es uno de los pasos donde ya podemos lanzar el producto para que sea comercializado en mercado y obtenga los resultados que se evidenciaron en las investigaciones anteriores.

Returns: Retornos

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

Sub procesos estratégicos

Los miembros del equipo necesitan entender las leyes que aplican al uso de productos y productos planeados. Ellos también necesitan reconocer las reglas asociadas con compañías reconocidas y normas de embalaje. Después, el equipo desarrolla evitar retornos, compuertas de seguridad y parámetros de disposición. Evitar retornos significa fabricar y vender el producto de una forma que los retornos sean mínimos. Evitar estos retornos se puede derivar de la implementación de calidad o de mejores instrucciones al consumidor sobre como operar apropiadamente el producto.

Sub proceso operacional

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

Todos los ocho procesos clave para el negocio están presentes a lo largo de la cadena de suministros y cruzan a través de todas las firmas y silos funcionales dentro de cada empresa.

Todos estos procesos funcionales son aplicables a la empresa seleccionada PRODUCTOS RAMO S.A.S.

Procesos según enfoque de APICS-SCOR

APICS, la cual se conoce como Association for Supply Chain Management, es una organización educativa internacional sin fines de lucro. El marco Supply Chain Operations Reference (SCOR) ayuda a implementar un modelo para medir, gestionar y mejorar todas las operaciones de la cadena de suministro.

El modelo Supply Chain Operations Reference (SCOR) describe las actividades comerciales asociadas con todas las fases de la satisfacción de la demanda de los clientes. El modelo como tal, está organizado en torno seis procesos de gestión principales. Usando estos bloques de construcción de procesos, el modelo SCOR se puede utilizar para describir cadenas de suministro que son muy simples o complejas utilizando un conjunto común de definiciones a través de industrias dispares.

El modelo SCOR divide la cadena de abastecimiento en procesos organizacionales y también en múltiples categorías de procesos que definen las mejores prácticas. Esta estructura definida bajo estándares permite analizar todos los flujos de información, costos y de mercancías de la cadena de abastecimiento desde una perspectiva organizacional a nivel interno.

Conceptualización y contextualización

Teniendo como base el análisis de los datos, las organizaciones pueden planificar desde corto a largo plazo, aumentar la eficacia de la gestión de la cadena de suministros y coordinar y comparar los procesos entre fabricantes, proveedores y clientes.

Hoy en día las organizaciones de diferente sector a nivel mundial, utiliza el modelo como base para la cadena de suministro global y específica del sitio proyectos de mejora. SCOR abarca todas las interacciones con los clientes (de cotización a efectivo), todas las transacciones materiales físicas (adquisición a pago, incluidos equipos, suministros, repuestos, producto a granel, software, etc.) y todas las interacciones del mercado (manufactura, desde la comprensión de la demanda hasta el cumplimiento de cada pedido).

Identificación e implementación de los 6 procesos según APICS - SCOR en la empresa RAMO S.A.

El modelo está diseñado y mantenido para soportar cadenas de suministro de diversas complejidades y a través de múltiples industrias. El modelo se enfoca en tres niveles de proceso y no intenta prescribir cómo una organización en particular debe conducir su negocio o adaptarse a sus sistemas o el flujo de información.

A continuación, se detallan los 6 procesos aplicados en la empresa RAMO S.A.

Planificación

La manera adecuada de aplicar el proceso de planificación de APICS – SCOR a la empresa RAMO S.A. es primordialmente identificando el proceso de demanda y satisfacción que se desea para los clientes, se debe tener en cuenta las necesidades del cliente, características específicas de productos y la demanda que se debe mantener para satisfacción de todos.

En el primer nivel se debe identificar la cadena de suministro, en la cual se debe identificar y priorizar todos los requisitos necesarios para cumplir con las necesidades del cliente y las características del producto, para conseguir la aceptación por parte de los

consumidores, buscando dentro del plan ser competitivos y mantener los más altos estándares con los recursos necesarios, comunicándoles con los planes de la cadena de suministro, planificando la capacidad de respuesta para abastecer las necesidades del mercado.

En el segundo nivel debemos identificar la fuente del plan, en la cual es necesario plantear todas las necesidades e identificar las prioridades de productos, requisitos de las necesidades para darle un agregado a nuestro impulso como empresa, es decir buscando mejores formas para garantizar lo que el cliente desea, establecer planes de abastecimiento, recursos y saldos de productos, planificar para que el producto siempre se encuentre en el mercado, conocer cuál es la satisfacción del cliente para mejorar los productos y mantener la oferta y la demanda.

En el tercer nivel se encuentra hacer lo planificado, es decir cumplir con los requisitos del producto y las necesidades del cliente, dentro de los tiempos establecidos que nos permitan cumplir con fechas de entregas y calidad de productos, lo cual es primordial para la empresa RAMO S.A debido a que de esto depende la satisfacción de los clientes y los ingresos de la compañía para ser sostenible, cumpliendo con planes de producción y requisitos de productos, en la cual se debe llevar control de los insumos necesarios para cumplir con la producción de la compañía sin ninguna clase de contratiempo, se deben crear estrategias que nos permitan acceder con facilidad a la materia prima para la elaboración de nuestra mercancía.

En el cuarto nivel se debe realizar la entrega de lo planificado, para este periodo se debe contar con planes de entrega que nos permita satisfacer las necesidades del cliente, el cual se basa en recibir lo acordado dentro de las fechas estipuladas y bajo los estándares de calidad que este requiere, en este paso se debe garantizar que el cliente está recibiendo sus productos de acuerdo a lo contratado sin violar sus derechos como consumidor y cliente de nuestra compañía.

En el quinto lugar tenemos los planes de retorno, en la cual debemos garantizar que la compañía no incurra en gastos innecesarios, controlando los desperdicios y la materia prima, para esto nos basamos en nuestros planes de calidad de productos que nos permite ser más

competitivos y eficientes al momento de desarrollar los productos, además de mantener personal de alta competitividad que nos permita disminuir la posibilidad de incurrir en gastos innecesarios durante la ejecución de la mercancía, por otro lado se debe inspeccionar el embalaje y salida en el momento de los repartos, con el fin de garantizar el buen estado del producto, realizar seguimiento y tener un plan de recibo para los productos que puedan ser rechazados en la hora de su entrega al cliente, con el fin de garantizar que estos inconvenientes no vuelvan a suceder y subsanar la necesidad del cliente de forma que se logre su satisfacción.

Aprovisionamiento

Para implementar de forma exitosa los procesos de aprovisionamiento para la compañía RAMO S.A. se debe contemplar o estudiar la cadena de suministro, con el objetivo de modelar los procesos de APICS – SCOR bajo los parámetros de fuente de almacenamiento, fabricación a medida, e ingeniería de origen de productos que nos permita ejercer de la siguiente manera:

Control de cantidades: Periódicamente se hace un control de este proceso, es por lo anterior que se realiza un modelo de categorización de inventarios con el modelo ABC, donde según A el 12% de los productos se encuentran en bodega el 84% se encuentra en ventas, mientras que en la categorización del producto Vez el 19 % de la clasificación de los productos que cuentan con clasificación de ventas, finalmente el modelo C 7% Total de las ventas.

Cálculo de las necesidades: Es una actividad propia del planeamiento logístico e involucra el cálculo de toda Materias Prima, Insumos, Materiales, Maquinas.

Compra o adquisición: El objetivo es realizar las adquisiciones necesarias de materiales en las cantidades necesarias.

Los objetivos de esta actividad son:

Recepción de Productos: Abarca el número de tareas a realizar desde el inventario hasta la entrega de los productos al mercado.

El almacenamiento varía de acuerdo a las condiciones de tipo de producto, fabricación y almacenamiento se consolidan los datos de percepción y almacenamiento para tener un control de estos.

Utilización de desperdicios: Esto con el fin de tomar las medidas más ventajosas para la empresa en el marco del cuidado del medio ambiente. Dice relación con el reciclaje o reutilización del embalaje o desechos derivados de los embarques o pedidos decepcionados etc.

Una vez mencionados y explicados los pasos anteriores, entRamos a organizar los proceso de aprovisionamiento que se implementaría en la empresa Ramo S.A. a través de fuente de almacenado, fabricación a medida y origen de los productos, esto una vez se tenga diagnosticada la cadena de suministro, en la cual por medio del almacenado de productos se deben agendar calendarios que permitan entregar, recibir, verificar y darle trasferencia a los productos para que se pueda autorizar el pago a proveedores.

En el nivel de la fuente de fabricación a medida, se deben ordenar los productos bajo parámetros que permitan ser lo más eficiente en cuanto a las necesidades de producción, es decir no exceder el stock máximo de la materia prima requerida para la producción, además de controlar los tiempos de entregas, recibidos, verificación y trasferencia de productos, para esto se debe tener el control de los tiempos pactados, tanto para recibir la materia prima como para la entrega de los productos al cliente.

En el nivel de la fuente del origen de los productos, se debe contar con sistemas de información de los proveedores que nos permita establecer parámetros de cumplimiento en cuanto a las necesidades de la empresa y la calidad de la materia prima, es necesario tener proveedores capaces de aumentar el abastecimiento de nuestros productos de acuerdo a nuestra

necesidad para cumplir con mayores pedidos en forma progresiva, además es importante monitorear el desempeño de todos los proveedores y mantener planes de contingencia con nuevos proveedores en caso de cualquier eventualidad, identificando las fuentes de suministro, para seleccionar proveedores y negociar las entregas, recibidos, verificación y transferencia de productos para acordar métodos de pago de proveedores.

Manufactura

Los procesos de manufactura en la industria aplicados sobre el enfoque APICS – SCOR a la empresa Ramo S.A., deben estar enfocados a la elaboración de los productos para consumo, bajo los parámetros establecidos y con el aseguramiento de los estándares productivos del sector alimentos al interior de sus procesos.

Este proceso se implementa en la empresa Ramo S.A a través de la transformación o elaboración de la materia prima a productos requeridos por los clientes, bajo estándares de calidad y con finalidad de satisfacer las necesidades del cliente, además de cubrir procesos requeridos para no incurrir en gastos innecesarios de materia prima o sobre stock de productos no requeridos.

Esta se debe soportar en 3 niveles que son:

1. Producir y controlar inventarios.
2. Fabricar el pedido.
3. Intervención de ingeniería a la producción.

Se debe establecer un control de inventario por medio de calendarios que nos permita controlar producción, actividades, materiales de emisión, controles de calidad para producir y probar productos, reflejar calidad en el empaquetado, verificar los procesos por etapas, y liberar los productos a entregar.

En el método para hacer los pedidos se debe tener en cuenta la producción y las

actividades, plantear métodos para identificar los problemas originados durante los procesos o en los productos que nos ayuden a mejorar las pérdidas que esto acarrea, para producir y aprobar productos terminados bajo escenarios, que permitan el lanzamiento de los productos a entregar en el marco de especificaciones de calidad que satisfagan las necesidades de los clientes.

En el método de ingeniero a pedido, se busca establecer procesos bajo el marco de la ingeniería para finalizar productos dentro de las fechas acordadas en producción y compromiso de entrega de pedidos, bajo estándares de análisis e implementación de procesos avanzados que nos permitan la eficiencia y calidad esperada, introduciendo las tecnologías necesarias para mejorar los procesos esperados por los clientes y la compañía.

Distribución.

En este punto nos detenemos para centrarnos en la distribución de los productos, en esta empresa que estamos trabajando.

Para ello es fundamental el papel de inventario el cual nos ayuda a enfocarnos en el desarrollo de poder realizar la distribución del pedido, aquí se gestiona de una manera contundente la entrega del pedido, desde su almacenaje, su embalaje y entrega.

Este proceso se desarrolla con la finalidad de que se cumpla en sus procesos y que a través de ellos la compañía pueda establecer una trazabilidad que logre enfocarnos en una entrega de producto óptimo.

Según enfoque de APICS – SCOR, este es uno del proceso que entran a ser parte fundamental en Supply Chain Management, proceso por el cual entra a jugar un papel fundamental en la coordinación de clientes, proveedor y empresa.

Para una correcta distribución debemos tener en cuenta los siguientes puntos, los cuales deben estar presentes siempre.

- Embalaje perfecto.
- La correcta gestión y control de inventario.
- Cálculo de la demanda.
- El proceso y automatización de los pedidos.
- El producto deber tener un buen transporte al ser trasladado al cliente.
- Atención al cliente.

La distribución, aunque es una parte pequeña en la cadena de suministro, es fundamental en el desarrollo de todo el proceso.

Devolución

En aplicación del proceso de la empresa Ramo se aplicaría de la siguiente manera:

1. Solo se aceptan devoluciones en caso de problemas de calidad de servicio, por hongos o deficiencia en los paquetes.
2. En el caso de los equipos en donde solo es posible verificarlos cuando son utilizados, se hace necesario revisar, marcar la parte que no está funcionando de manera correcta y se procede de inmediato a comunicarse con el proveedor para acordar una revisión técnica del equipo
3. Toda devolución debe quedar registrada en un formato.
4. Si se identifica que la devolución es correspondiente por falla del proceso interno de producción, se solicita de inmediato intercambio de producto, buscando mejorar la experiencia y otorgando una conexión memorable con el producto y la marca, brindar confianza.
5. Se debe generar una orden de remisión en caso de presentar una devolución.
6. Genera gran impacto en cuanto a los procesos de calidad y distribución de ella organización.
7. En el momento que se recupere los productos defectuosos Ramo S.A realizara análisis en cuanto a características y novedades de este; así mismo determinar su disposición final teniendo en cuenta la no afectación medio ambiente y desechos.

Soporte

El proceso de soporte en la industria aplicado sobre el enfoque APICS – SCOR esta direccionado a la gestión de los procesos relacionados con la cadena de suministro, las normativas empresariales, las bases de datos, los riesgos, las compras, los requisitos legales y las disposiciones contractuales.

Esta etapa es transversal a todo el proceso y consiste en la gestión de procesos relacionados con la cadena de suministro como las normativas empresariales, las bases de datos, la gestión de riesgos, los requisitos legales y las disposiciones contractuales. Esto permite tener el control de la operación e implementar herramientas de control y seguimiento para mitigar el impacto de situaciones adversas.

Se debe realizar un soporte a los procesos del análisis y también lo que tenga gestión logística, asociados a los avances científicos de la informática, un ejemplo es en el caso de que ahora usualmente se hace uso de correo electrónico para la comunicación logística y comercial, a la vez de diferentes actividades científico- técnico y comercial constituido en la web.

Criterios para selección de proveedores: Para seleccionar un proveedor es necesario presentar a la gerencia de abastecimiento tres cotizaciones donde se especifiquen condiciones de precio, fecha de entrega, fecha de pedido, condiciones comerciales de pago **Criterios Para Revisión Y Definición De Precios.**

Estos procesos preparan y organizan la información, los servicios entre cada uno de los participantes de la cadena de abastecimiento mediante el análisis y la evaluación de los datos de planificación y rendimiento, apoyándose en los procesos respectivos. Estos procesos se describen a continuación:

1. Normas
2. Intervención

3. Datos e información
4. Recursos humanos
5. Activos
6. Contratos
7. Red
8. Cumplimiento
9. Riesgos
10. Desarrollo
11. Tecnología.

Identificación de los flujos en la Cadena de Suministro de la empresa Ramo S.A.

En todo proceso de una buena cadena de suministros para la toma de decisiones dentro de una compañía, es fundamental investigar toda clase de información que contribuya con los objetivos, donde la información debe fluir por los gestores encargados de la empresa para que se obtenga el máximo provecho por parte de la organización.

De esta manera podemos mencionar que esta se da por medio de la información que debe tener la empresa, dentro de toda la logística iniciando por la entrega de los proveedores de la materia prima hasta la entrega a los clientes del producto pedido.

Conceptualización y contextualización

La empresa Ramo S.A, se debe mantener en contacto continuo con la dirección, monitoreando puestos de trabajos, órdenes de pedidos con los requerimientos según los servicios y características de este, por tal razón se comparte sus flujos en la cadena de suministro.

Análisis de los flujos en la Cadena de Suministro de la empresa Ramo S.A

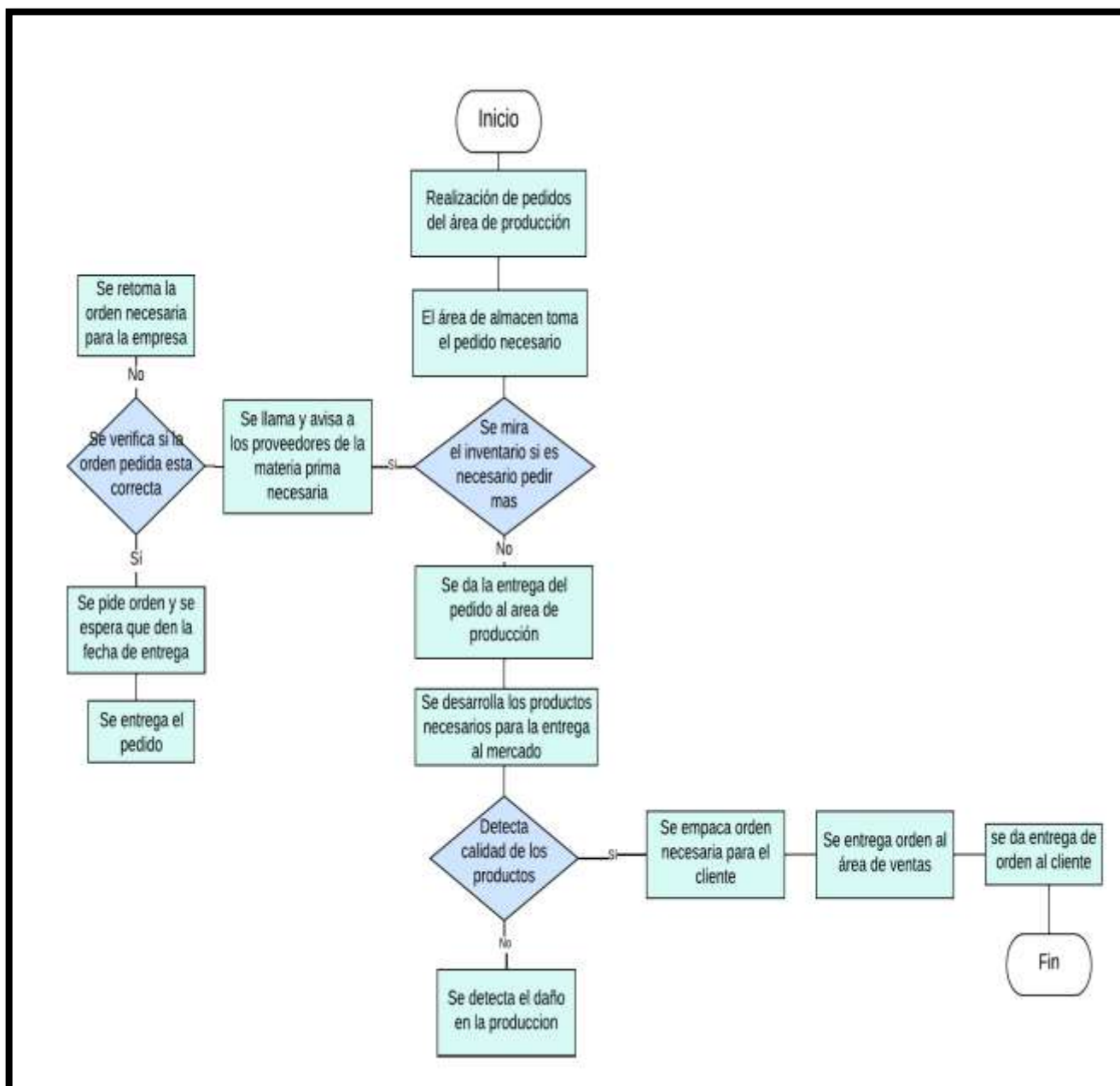
Diagrama Flujo en información

Su funcionalidad es recibir los requerimientos de producción junto con la orden por el departamento establecido, en la cual se enmarcan las necesidades en materia prima para cumplir

con lo solicitado, luego la entrega de pedidos a clientes donde se ejecuta la distribución y venta de los productos, para continuar con el proceso de facturas, en el cual se debe establecer la información de cantidades por pedidos, fechas, y modos de pagos.

Cabe resaltar que el flujo de la información se establece una vez el cliente entrega o genera la orden de pedido, en donde se encuentra o menciona el tipo de servicio o productos que requiere con referencia de solicitud.

Ilustración 4. Flujo de información de la empresa Ramo S.A



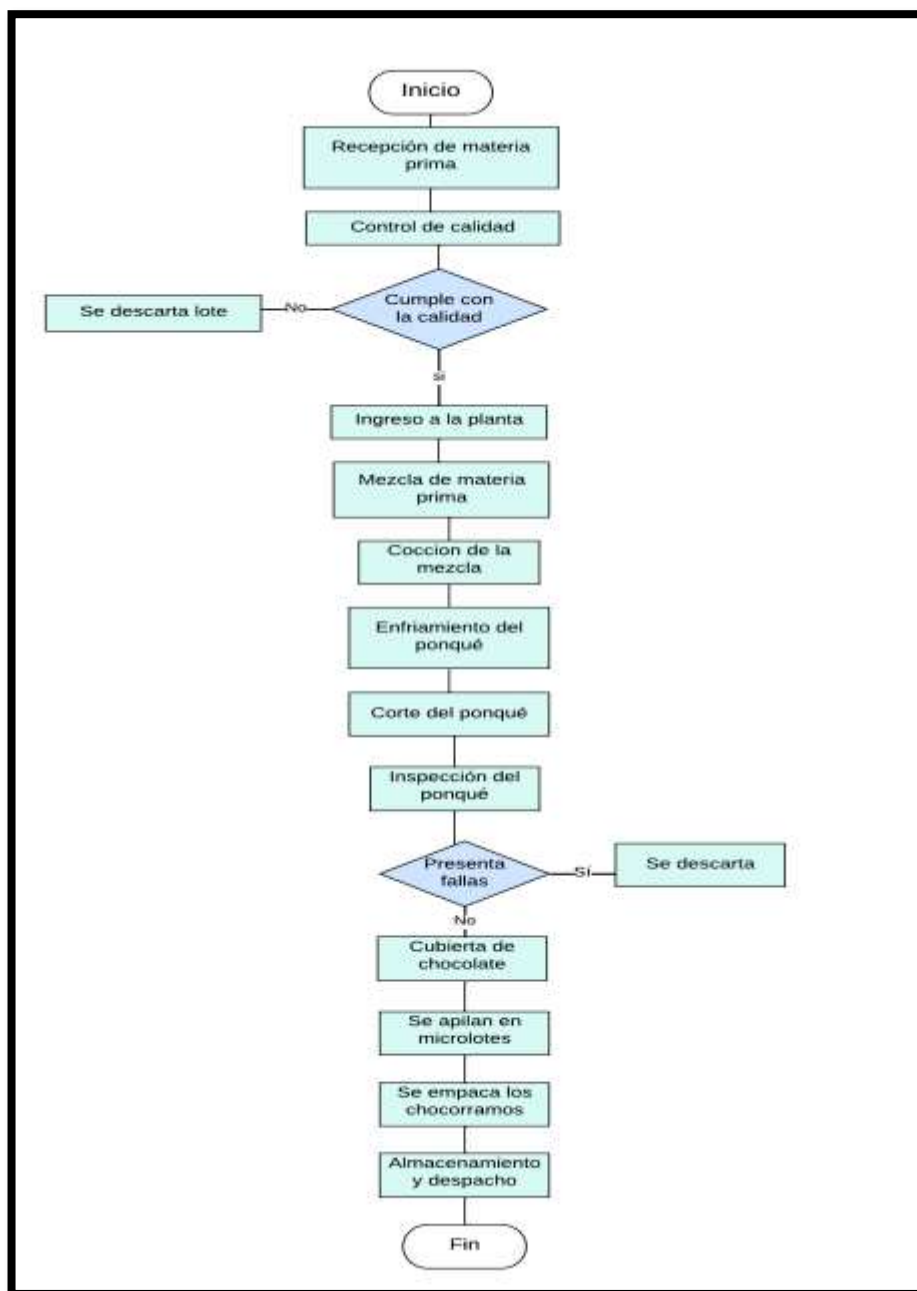
Nota: Se realiza el flujo de información de la empresa RAMO S.A desde la recepción del pedido hacia la entrega final.

Fuente: Elaboración propia

Diagrama Flujo de producto

En este diagrama se muestra la distribución del proceso para la realización efectiva del producto deseado en la empresa Ramo S.A, en donde se requiere cumplir con los requisitos pre establecidos, en cuanto a la orden de compra, tener los equipos o maquinaria necesarios para la producción, materia prima requerida, y la logística necesaria para llevar a cabo la solicitud de servicio o productos contratados.

Ilustración 5. Flujo de proceso de la empresa RAMO S.A

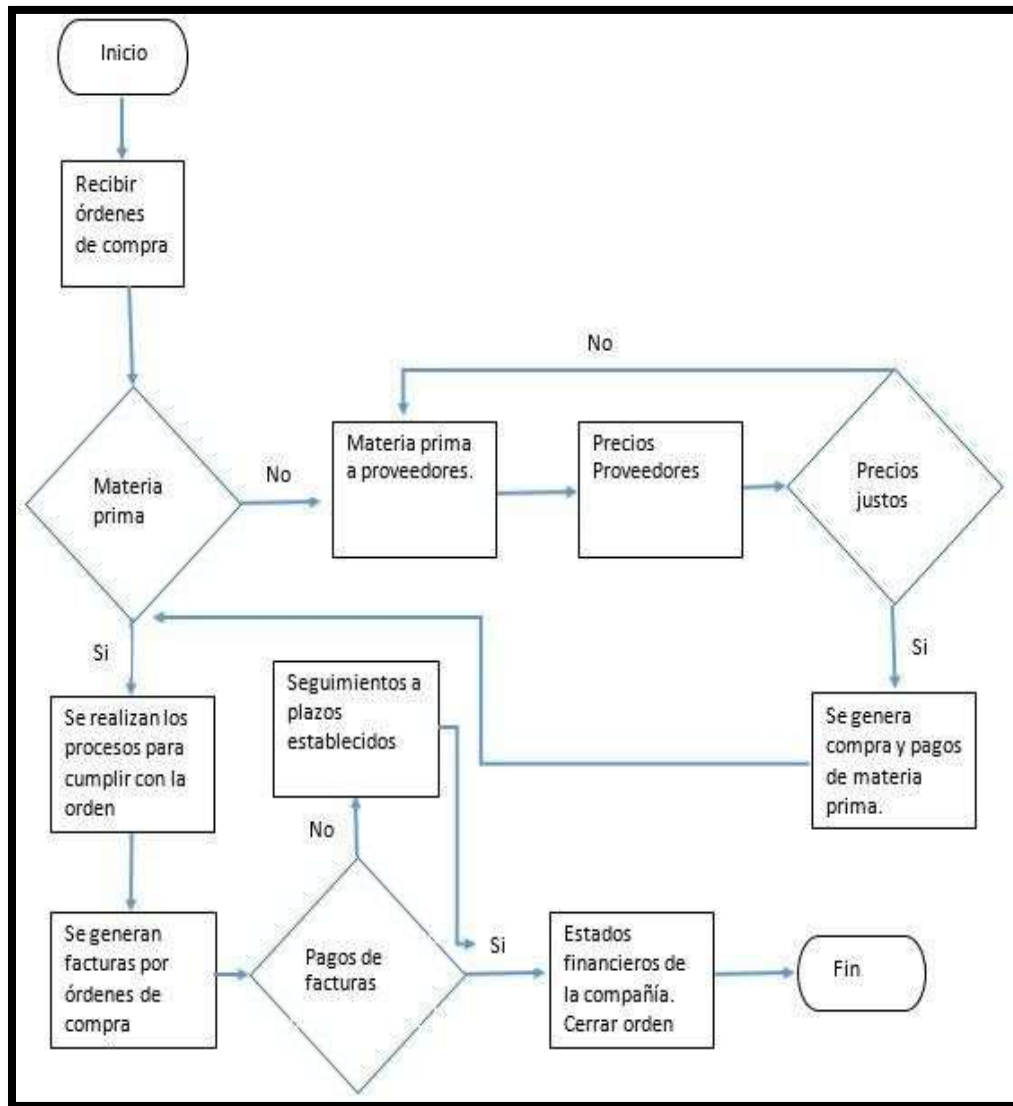


Nota: Se realiza el control sobre la calidad de las materias primas, y la transformación hacia el producto final dentro del proceso.

Fuente: Elaboración propia

Diagrama Flujo de efectivo

Ilustración 6. Flujo de efectivo de Ramo S.A.



Nota: Se describe mediante el flujograma la asignación de los pagos a los proveedores de acuerdo con lo establecido en el contrato.

Fuente: Elaboración propia

Colombia y el LPI del Banco Mundial.

El Índice de Desempeño Logístico (Logistics Performance Index) es una herramienta de evaluación comparativa interactiva creada para ayudar a los países a identificar los desafíos y oportunidades que enfrentan en su desempeño en logística comercial y qué pueden hacer para mejorar su desempeño.

El LPI se basa en una encuesta mundial de operadores sobre el terreno (transitarios globales y transportistas exprés), que proporciona información sobre la "simpatía" logística de los países en los que operan y con los que comercian. Combinan un conocimiento profundo de los países en los que operan con evaluaciones cualitativas informadas de otros países en los que comercian y la experiencia del entorno logístico global.

El LPI consiste, por lo tanto, en medidas tanto cualitativas como cuantitativas y ayuda a construir perfiles de facilidad logística para estos países. Mide el desempeño a lo largo de la cadena logística de suministro dentro de un país y ofrece dos perspectivas diferentes: internacional y nacional. A raíz del concepto mencionado se realiza una comparación de Colombia y su LPI a nivel internacional.

Conceptualización y contextualización

Teniendo en cuenta las variables a tener en cuenta se define que las mismas; proporciona evaluaciones cualitativas de un país en seis áreas por parte de sus socios comerciales: profesionales de la logística que trabajan fuera del país. El LPI usa técnicas estadísticas estándar para agregar los datos en un solo indicador que se puede usar para comparaciones entre países.

Los componentes analizados en el LPI Internacional fueron elegidos con base en investigaciones teóricas y empíricas recientes y en la experiencia práctica de los profesionales de la logística involucrados en el transporte de carga internacional. Ellos son:

La eficiencia del despacho aduanero y de gestión fronteriza (Aduana).

La calidad de la infraestructura comercial y de transporte (Infraestructura).

La facilidad de organizar envíos a precios competitivos (Facilidad de organizar envíos).

La competencia y calidad de los servicios de logística: transporte por carretera, expedición y corretaje de aduanas (Calidad de los servicios de logística).

La capacidad de rastrear y rastrear envíos (Seguimiento y localización).

La frecuencia con la que los envíos llegan a los destinatarios dentro de los plazos de entrega programados o esperados (Puntualidad) (Castellano, 2009).

En cuanto al panorama Internacional se proporciona evaluaciones tanto cualitativas como cuantitativas de un país por parte de profesionales de la logística que trabajan en él. Incluye información detallada sobre el entorno logístico, los procesos logísticos centrales, las instituciones y los datos de costos y tiempo de desempeño. A continuación, la comparación de Colombia vs LPI Mundial,

Comparativo de Colombia ante el mundo

Comparativo Año 2012

Colombia vs América Latina (Argentina)

Tabla 1 Comparativo Año 2012 Colombia vs Argentina

2012	Puntaje General LPI		Clasificación General LPI		Aduanas		Infraestructura		Envíos Internacionales		Calidad Servicios Logísticos		Tracking		Cumplimiento	
Country	Code	Puntaje	Clasificación	% desempeño	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación
Argentina	Arg	3.05	49	65.5	2.45	83	2.94	52	3.33	32	2.95	51	3.30	38	3.27	72
Colombia	Col	2.87	64	59.8	5.65	64	2.72	68	2.76	78	2.95	52	2.66	85	3.45	57

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2012

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

A pesar de estar en economías dependientes de su mapa político, el comportamiento de Colombia a nivel del LPI está algo distante con Argentina en la clasificación general. Argentina aventaja a Colombia en infraestructura, envíos internacionales y tracking, mientras que Colombia en Aduanas y cumplimiento fue más aventajada que su contendor. El proceso está equilibrado para ambas naciones lo que puede suponer el estándar y calidad de sus operaciones en temas logísticos.

Colombia vs de Centroamérica (Costa Rica)

Tabla 2 Comparativo Año 2012 Colombia vs Costa Rica

2012		Pun taje Ge ner al LPI	Clasificación General LPI		Aduanas		Infraestructura		Envíos Internacional		Calidad Servicios Logísticos		Tracking		Cumplimiento	
Cou ntry	C od e	Pun taje	Clasifi cación	% dese mpeñ o	Pu ntaj e	Clasifi cación	Pu ntaj e	Clasifi cación	Pu ntaj e	Clasifi cación	Pu ntaj e	Clasifi cación	Pu ntaj e	Clasifi cación	Pu ntaj e	Clasifi cación
Costa Rica	CR	2.75	82	55.9	2.47	80	2.60	80	2.85	69	2.53	101	2.81	72	3.19	78
Colombia	CO	2.87	64	59.8	5.65	64	2.72	68	2.76	78	2.95	52	2.66	85	3.45	57

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2012

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

Se puede evidenciar que Costa Rica solo tiene puntaje mayor en tracking y envíos internacionales, en las demás categorías gana Colombia sin dejar de tener presente que a pesar de tener costa rica un desarrollo menor no está lejos de la clasificación de Colombia en los indicadores.

Colombia vs Norte América (Canadá)

Tabla 3 Comparativo Año 2012 Colombia vs Canadá

2012		Pun taje Ge ner al LPI	Clasificación General LPI		Aduanas		Infraestructura		Envíos Internacional		Calidad Servicios Logísticos		Tracking		Cumplimiento	
Cou ntry	C od e	Pun taje	Clasifi cación	% dese mpeñ o	Pu ntaj e	Clasifi cación	Pu ntaj e	Clasifi cación	Pu ntaj e	Clasifi cación	Pu ntaj e	Clasifi cación	Pu ntaj e	Clasifi cación	Pu ntaj e	Clasifi cación
Canadá	CA	3.85	14	91.1	3.58	17	3.99	12	3.55	18	3.85	13	3.86	14	4.31	3
Colombia	CO	2.87	64	59.8	5.65	64	2.72	68	2.76	78	2.95	52	2.66	85	3.45	57

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2012

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

Canadá demuestra su organización y crecimiento con el dominio de los ítems de medición en comparación con Colombia. Su clasificación entre los 20 primeros lugares denota su desarrollo y capacidad económica fortalecida por su cercanía a suelo estadounidense.

Colombia vs Europa (España)

Tabla 4 Comparativo Año 2012 Colombia vs España

2012	Puntaje General LPI		Clasificación General LPI		Aduanas		Infraestructura		Envíos Internacionales		Calidad Servicios Logísticos		Tracking		Cumplimiento	
Country	Code	Puntaje	Clasificación	% desempeño	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación
España	Es	3.70	20	86.4	3.40	25	3.74	24	3.68	10	3.69	19	3.67	23	4.02	22
Colombia	Col	2.87	64	59.8	5.65	64	2.72	68	2.76	78	2.95	52	2.66	85	3.45	57

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2012

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

Al igual que Canadá España estuvo dentro del top 20 en el periodo evaluado a nivel LPI. Su fortaleza y oportunidad radica en el poderío económico de la unión europea el cual aprovecha muy bien para fortalecer todos los servicios logísticos. Colombia en el puesto número 64 y España en el puesto 20 con los indicadores por encima de 3.5 y dejando muy rezagada a Colombia en competitividad con los países europeos.

Colombia vs Asia (Turquía)

Tabla 5 Comparativo Año 2012 Colombia vs Asia

2012	Puntaje General LPI		Clasificación General LPI		Aduanas		Infraestructura		Envíos Internacionales		Calidad Servicios Logísticos		Tracking		Cumplimiento	
Country	Code	Puntaje	Clasificación	% desempeño	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación
Turquía	Tur	3.51	27	80.3	3.16	32	3.62	25	3.38	30	3.52	26	3.54	29	3.87	27
Colombia	Col	2.87	64	59.8	5.65	64	2.72	68	2.76	78	2.95	52	2.66	85	3.45	57

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2012

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

Sus ítems de evaluación la situaron desde Aduanas hasta cumplimiento entre los primeros puestos. Su cercanía al continente europeo y asiático a la vez le muestra los mercados que pueden explotar y que la pueden hacer más competitiva aprovechando lo anterior para su crecimiento.

Colombia vs África (Sudáfrica)

Tabla 6 Comparativo Año 2012 Colombia vs Sudáfrica

2012	Puntaje General al LPI		Clasificación General LPI		Aduanas		Infraestructura		Envíos Internacionales		Calidad Servicios Logísticos		Tracking		Cumplimiento	
Country	Code	Puntaje	Clasificación	% desempeño	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación
Africa	af	3.67	23	85.5	3.3	26	3.7	29	3.5	20	3.5	24	3.8	16	4.0	20
Colombia	Col	2.87	64	59.8	5.6	64	2.7	68	2.7	78	2.9	52	2.6	85	3.4	57

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2012

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

Sudáfrica también se encuentra muy cercana al top 20 de la clasificación. Este país cuenta con buena red de transporte y conexiones no solo a nivel local sino también a nivel internacional. Esta puede ser una fortaleza para estar mucho más competitiva que Colombia y dejarla muchos lugares más abajo en la clasificación de LPI.

Comparativo Año 2014

Colombia vs América Latina (Argentina)

Tabla 7 Comparativo Año 2014 Colombia vs Argentina

2014	Puntaje General al LPI		Clasificación General LPI		Aduanas		Infraestructura		Envíos Internacionales		Calidad Servicios Logísticos		Tracking		Cumplimiento	
------	------------------------	--	---------------------------	--	---------	--	-----------------	--	------------------------	--	------------------------------	--	----------	--	--------------	--

Country	C	Puntaje	Clasificación	% desempeño	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación
Argentina	Ar	2.99	60	63.6	2.55	85	2.83	63	2.96	64	2.93	62	3.15	53	3.49	55
Colombia	Col	2.64	97	52.5	2.59	79	2.44	98	2.72	95	2.64	91	2.55	108	2.87	111

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2014

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

Al igual que en el año 2012 el comportamiento de Colombia a nivel del LPI esta algo distante con Argentina en la clasificación general. Argentina aventaja a Colombia en infraestructura, envíos internacionales, tracking y adicional en cumplimiento en cual estaban las dos naciones algo equilibradas. Solo en aduanas existe una cercanía entre los dos países que llega a mantener el estándar en el manejo de los controles establecidos para los flujos de entrada y salida de productos.

Colombia vs de Centroamérica (Costa Rica)

Tabla 8 Comparativo Año 2014 Colombia vs Costa Rica

2014	Puntaje General LPI	Clasificación General LPI	Aduanas	Infraestructura	Envíos Internacionales	Calidad Servicios Logísticos	Tracking	Cumplimiento								
Country	C	Puntaje	Clasificación	% desempeño	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación
Costa Rica	Cr	2.70	87	54.5	2.39	110	2.43	99	2.63	106	2.86	69	2.83	82	3.04	95
Colombia	Col	2.64	97	52.5	2.59	79	2.44	98	2.72	95	2.64	91	2.55	108	2.87	111

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2014

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

En este año 2014 llama la atención que Costa Rica gana terreno en otros ítems que antes tenía Colombia en al año 2012 y por consiguiente la sobrepasa en clasificación general del LPI, a pesar de no tener una destacada economía. Solo se destaca Colombia en el ítem de Aduanas y se

igualan los dos países en la calificación de Infraestructura. Competidores pequeños buscando conseguir terreno en el ámbito logístico.

Colombia vs Norte América (Canadá)

Tabla 9 Comparativo Año 2014 Colombia vs Canadá

2014	Puntaje General LPI		Clasificación General LPI		Aduanas		Infraestructura		Envíos Internacional		Calidad Servicios Logísticos		Tracking		Cumplimiento	
Country	Code	Puntaje	Clasificación	% desempeño	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación
Canada	C	3.86	12	91.5	3.6	20	4.0	10	3.4	23	3.9	10	3.9	8	4.1	11
Colombia	C	2.64	97	52.5	2.5	79	2.4	98	2.7	95	2.6	91	2.5	108	2.8	111

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2014

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

Canadá mantuvo su tendencia en el top 20 en las 6 categorías evaluadas manteniendo a Colombia muy distante de su poderío en el ámbito logístico. Mas allá de establecer un comparativo con este fuerte competidor, se deben buscar alianzas estratégicas con estos países que permitan fortalecer los procesos sobre los cuales se desarrollan las operaciones logísticas a nivel Colombia.

Colombia vs Europa (España)

Tabla 10 Comparativo Año 2014 Colombia vs España

2014	Puntaje General LPI		Clasificación General LPI		Aduanas		Infraestructura		Envíos Internacional		Calidad Servicios Logísticos		Tracking		Cumplimiento	
Country	Code	Puntaje	Clasificación	% desempeño	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación
España	Es	3.72	18	87.1	3.6	19	3.7	20	3.5	21	3.8	12	3.5	26	4.0	17
Colombia	C	2.64	97	52.5	2.5	79	2.4	98	2.7	95	2.6	91	2.5	108	2.8	111

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2014

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

España al igual que Canadá mantuvo su tendencia en el top 20 en las categorías evaluadas. La conexión con toda Europa y su ubicación estratégica la siguió manteniendo muy productiva, reflejado esto en el resultado de los indicadores y en la clasificación del LPI. Al igual que sucede con Canadá, se deben buscar alianzas estratégicas con estos países para fortalecer los procesos logísticos internos.

Colombia vs Asia (Turquía)

Tabla 11 Comparativo Año 2014 Colombia vs Turquía

2014	Puntaje General al LPI		Clasificación General LPI		Aduanas		Infraestructura		Envíos Internacionales		Calidad Servicios Logísticos		Tracking		Cumplimiento	
Country	Code	Puntaje	Clasificación	% desempeño	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación
Turquia	Tur	3.50	30	80.1	3.23	34	3.53	27	3.18	48	3.64	22	3.77	19	3.68	41
Colombia	Col	2.64	97	52.5	2.59	79	2.44	98	2.72	95	2.64	91	2.55	108	2.87	111

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2014

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

Todas las calificaciones de Turquía están por encima de 3.1, y la máxima de Colombia es 2,87. Para Turquía sigue siendo representativo estar cerca a Europa y complementario al continente asiático. Se deben firmar acuerdos con estos países, generando beneficios por toda la experiencia adquirida a lo largo de las operaciones.

Colombia vs África (Sudáfrica)

Tabla 12 Comparativo Año 2014 Colombia vs Sudáfrica

2014	Puntaje General al LPI		Clasificación General LPI		Aduanas		Infraestructura		Envíos Internacionales		Calidad Servicios Logísticos		Tracking		Cumplimiento	
------	------------------------	--	---------------------------	--	---------	--	-----------------	--	------------------------	--	------------------------------	--	----------	--	--------------	--

Cou ntry	C od e	Pun taje	Clasifi cación	% dese mpeñ o	Pu ntaje	Clasifi cación	Pu ntaje	Clasifi cación	Pu ntaje	Clasifi cación	Pu ntaje	Clasifi cación	Pu ntaje	Clasifi cación	Pu ntaje	Clasifi cación
Afri xa	Za f	3.43	34	77.9	3.1 1	42	3.2 0	38	3.4 5	25	3.6 2	24	3.3 0	41	3.8 8	33
Colo mbi a	C ol	2.64	97	52.5	2.5 9	79	2.4 4	98	2.7 2	95	2.6 4	91	2.5 5	108	2.8 7	111

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2014

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

Sudáfrica aventaja a Colombia en todos los ítems, quien cuenta con un buen puntaje general de LPI y que está reflejado por las calificaciones en todos los ítems evaluados. Resalta la clasificación y el puntaje de Sudáfrica en los envíos internacionales.

Comparativo Año 2016

Colombia vs América Latina (Argentina)

Tabla 13. Comparativo Año 2016 Colombia vs Argentina.

2016	Pun taje Ge ner al LPI	Clasifi cación General LPI	Aduanas	Infraestruct ura	Envíos Internaciona l	Calidad Servicios Logísticos	Tracking	Cumplimien to								
Cou ntry	C od e	Pun taje	Clasifi cación	% dese mpeñ o	Pu ntaje	Clasifi cación	Pu ntaje	Clasifi cación	Pu ntaje	Clasifi cación	Pu ntaje	Clasifi cación	Pu ntaje	Clasifi cación	Pu ntaje	Clasifi cación
Arge ntina	Ar g	2.96	66	60.84	2.6 3	76	2.8 6	59	2.7 6	81	2.8 3	66	3.2 6	47	3.4 7	61
Colo mbia	C ol	2.61	94	49.98	2.2 1	129	2.4 3	95	2.6	103	2.7	81	2.6	96	3.2	78

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2016

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

Para el año 2016 Colombia a diferencia de Argentina en cuanto a la clasificación general del LPI avanzó en puestos mientras que Argentina aumentó 5 puestos a diferencia del 2014, aunque nos encontramos en un mismo continente la diferencia en aduanas y tracking es inmensa una cifra superior a 30 puestos, mientras que en envíos internacionales y cumplimiento se encuentran en un mismo rango.

Colombia vs de Centroamérica (Costa Rica)

Tabla 14. Comparativo Año 2016 Colombia vs Costa Rica

2016		Pun taje Ge ner al LPI	Clasificación General LPI	Aduanas	Infraestructura	Envíos Internaciona l	Calidad Servicios Logísticos	Tracking	Cumplimien to							
Cou ntry	C od e	Pun taje	Clasifi cación	% dese mpeñ o	Pu ntaj e	Clasifi cación	Pu ntaj e	Clasifi cación	Pu ntaj e	Clasifi cación	Pu ntaj e	Clasifi cación	Pu ntaj e	Clasifi cación	Pu ntaj e	Clasifi cación
Cost a Rica	Cr i	2.65	89	51.12	2.3 3	113	2.3 2	107	2.9	73	2.6	94	2.8	77	3.0	101
Colo mbia	C ol	2.61	94	49.98	2.2 1	129	2.4 3	95	2.6	103	2.7	81	2.6	96	3.2	78

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2016

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

En comparación con Costa Rica, Colombia no se encuentra tan apartado en el puntaje general del LPI, en los indicadores generales Costa Rica cuenta con una mejora significativa frente a Colombia, solo en el ítem de cumplimiento Colombia tiene ventaja. Aunque la clasificación no se debería contar como la mejor, siempre es importante las comparaciones contra países que cuentan con la misma tecnología, pero diferente cultura de la nuestra.

Colombia vs Norte América (Canadá)

Tabla 15. Comparativa Año 2016 Colombia vs Canadá

2016		Pun taje Ge ner al LPI	Clasificación General LPI	Aduanas	Infraestructura	Envíos Internaciona l	Calidad Servicios Logísticos	Tracking	Cumplimien to							
Cou ntry	C od e	Pun taje	Clasifi cación	% dese mpeñ o	Pu ntaj e	Clasifi cación	Pu ntaj e	Clasifi cación	Pu ntaj e	Clasifi cación	Pu ntaj e	Clasifi cación	Pu ntaj e	Clasifi cación	Pu ntaj e	Clasifi cación
Can ada	C an	3.93	14	90.85	3.9 5	6	4.1 4	9	3.6	29	3.9	15	4.1	9	4.0	25
Colo mbia	C ol	2.61	94	49.98	2.2 1	129	2.4 3	95	2.6	103	2.7	81	2.6	96	3.2	78

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2016

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

Canadá se sigue manteniendo para el año 2016 entre los 20 primeros puestos del ranking en su eficiencia en cadenas de suministro, mientras que Colombia en comparación con este país tuvo una desmejora para lo cual se evidencio casi 15 puestos por delante, Canadá es un país que evidencia un modelo de cadena de suministro mejor estructurado en cuanto a su infraestructura, calidad del servicio y puntualidad; algo que Colombia debería tomar como guía con el fin de disminuir esa brecha que se encuentra un país de otro.

Colombia vs Europa (España)

Tabla 16. Comparativo Año 2016 Colombia vs España

2016	Puntaje General al LPI	Clasificación General LPI		Aduanas		Infraestructura		Envíos Internacionales		Calidad Servicios Logísticos		Tracking		Cumplimiento		
		Puntaje	% desempeño	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	
España	Es	3.73	23	84.55	3.4	24	3.7	25	3.6	22	3.7	23	3.8	23	40	26
Colombia	Col	2.61	94	49.98	2.2	129	2.4	95	2.6	103	2.7	81	2.6	96	3.2	78

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2016

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

Ahora bien, comparar a un país de sur América con un país que en tecnología y política son totalmente diferentes, trae datos interesantes de estudio que pueden arrojar un foco y un planteamiento que mejore los ítems de la cadena de suministro. Colombia se encuentra en el puesto 94 y España en el 23, una alerta para Colombia que debe ampliar su sistema logístico lo cual debe realizarse por medio de políticas efectivas en temas de comercialización tanto nacional como internacional. Sin desmeritar el buen trabajo que Colombia ha desarrollado en cumplimiento e infraestructura.

Colombia vs Asia (Turquía)

Tabla 17. Comparativo Año 2016 Colombia vs Turquía.

2016	Puntaje General al LPI	Clasificación General LPI	Aduanas	Infraestructura	Envíos Internacionales	Calidad Servicios Logísticos	Tracking	Cumplimiento
------	------------------------	---------------------------	---------	-----------------	------------------------	------------------------------	----------	--------------

Country	Code	Puntaje	Clasificación	% desempeño	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación
Turquía	Tur	2.96	66	60.84	2.63	76	2.86	59	2.76	81	2.83	66	3.26	47	3.47	61
Colombia	Col	2.61	94	49.98	2.21	129	2.43	95	2.6	103	2.7	81	2.6	96	3.2	78

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2016

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

Para Turquía en el año 2016 disminuyó calificaciones tanto de pasar una media de 3.1 a 2.94 mientras que, para Colombia, su calificación de cumplimiento e infraestructura aumento en comparación con Costa Rica.

Colombia vs África (Sudáfrica)

Tabla 18. Comparativo Año 2016 Colombia vs Sudáfrica.

2016	Puntaje General LPI	Clasificación General LPI	Aduanas	Infraestructura	Envíos Internacionales	Calidad Servicios Logísticos	Tracking	Cumplimiento								
Country	Code	Puntaje	Clasificación	% desempeño	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación
África	Zaf	3.78	20	86.03	3.6	18	3.78	21	3.6	23	3.7	22	3.9	17	4.0	24
Colombia	Col	2.61	94	49.98	2.21	129	2.43	95	2.6	103	2.7	81	2.6	96	3.2	78

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2016

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

Sudáfrica aventaja a Colombia en casi 70 puestos en el ranking del LPI y en comparación con todos los ítems se encuentra por encima de 50 puestos, sobre este escenario se concluye que Sudáfrica tiene una cadena de suministro mejor organizada, estructurada y estratégicamente posicionada en los primeros 20 puestos.

Comparativo Año 2018

Cuadro comparativo Colombia vs Argentina

Tabla 19 Comparativo Año 2018 Colombia vs Argentina

2018		Comparativo						
Country	LPI Rank	LPI Score	Customs	Infraestructura	Envíos Internacionales	Competencia Logística	Seguimiento y Rastreo	Oportunidad
Colombia	58	2.94	2.61	2.67	3.19	2.87	3.08	3.17
Argentina	61	2.89	2.42	2.77	2.92	2.78	3.05	3.37

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2018

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

En esta tabla comparativa aparte de evaluar el desempeño en el LPI de Argentina y Colombia se realizó la respectiva comparación con el año 2012 y se pudo concluir que ese tiempo Colombia estaba bastante alejada con respecto a Argentina en lo referente al LPI.

Al realizar el respectivo análisis se puede determinar que desde ese tiempo para acá Colombia está avanzando, realizando mejoras con respecto al índice de desempeño logístico.

Colombia vs de Centroamérica (Costa Rica)

Tabla 20 Comparativo Año 2018 Colombia vs Costa Rica

2018		Comparativo						
Country	LPI Rank	LPI Score	Customs	Infraestructura	Envíos Internacionales	Competencia Logística	Seguimiento y Rastreo	Oportunidad
Colombia	58	2.94	2.61	2.67	3.19	2.87	3.08	3.17
Costa Rica	73	2.79	2.63	2.49	2.78	2.70	2.96	3.16

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2018

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

Podemos observar de Colombia con respecto al desarrollo del índice de desempeño logístico en lo que tiene que ver con Costa Rica, y con respecto al mapa político, este cuadro comparativo se puede observar que Costa Rica con respecto al 2012 mantiene niveles bajos en su clasificación y aunque Colombia lo supera, estos países deben establecer controles en sus procesos logísticos buscando mejoras en sus desarrollos de procesos logísticos.

Colombia vs Norte América (Canadá)

Tabla 21 Comparativo Año 2018 Colombia vs Canadá

2018	Comparativo								
	Count	LPI	LPI	Costum	Infraestructura	Envíos	Competencia	Seguimiento y	Oportunidad
ry	Ran	puntuac	bre			Internacio	Logística	Rastreo	
	go	ión				nales			
Colombia	58	2.94	2.61	2.67	3.19	2.87	3.08	3.17	
Canadá	20	3.73	3.60	3.75	3.38	3.90	3.81	3.96	

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2018

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

Canadá por ser parte de norte américa, es un país que siempre busca la mejoría en su economía y podemos observar que Canadá le lleva un largo distanciamiento a Colombia dejando a Colombia en el puesto 58 del ranking mundial, observando en esto que Colombia se encuentra en proceso lento para alinearse con países como estos.

Colombia vs Europa (España)

Tabla 22 Comparativo Año 2018 Colombia vs España

2018	Comparativo								
	Count	LPI	LPI	Costum	Infraestructura	Envíos	Competencia	Seguimiento y	Oportunidad
ry	Ran	puntuac	bre			Internacio	Logística	Rastreo	
	go	ión				nales			
Colombia	58	2.94	2.61	2.67	3.19	2.87	3.08	3.17	
España	17	3.83	3.62	3.84	3.83	3.80	3.83	4.06	

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2018

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

España como se observa en este cuadro se encuentra en la posición 17 superando a Colombia y con respecto al 2012 también se observa que está bastante alejada, lo que podemos analizar es que Colombia se encuentra todavía en procesos de construcción, en relación a la parte

logística y aunque hay grandes empresas del sector industrial que manejan un grande proceso de distribución, eso no compensa para alcanzar a España que tiene procesos más avanzados.

Colombia vs Asia (Turquía)

Tabla 23 Comparativo Año 2018 Colombia vs Turquía

2018		Comparativo						
Country	LPI Rank	LPI Puntuación	Costumbre	Infraestructura	Envíos Internacionales	Competencia Logística	Seguimiento y Rastreo	Oportunidad
Colombia	58	2.94	2.61	2.67	3.19	2.87	3.08	3.17
Turquía	47	3.15	2.71	3.21	3.06	3.05	3.23	3.63

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2018

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

Turquía y Colombia dos países que por sus procesos económicos internos siempre tienden a mejorar con el fin de ser más eficiente en su crecimiento económico, esta puntuación nota que debemos esforzarnos más para llegar a mejorar en los procesos económicos y logísticos.

Colombia vs África (Sudáfrica)

Tabla 24 Comparativo Año 2018 Colombia vs Sudáfrica

2018		Comparativo						
Country	LPI Rank	LPI Puntuación	Costumbre	Infraestructura	Envíos Internacionales	Competencia Logística	Seguimiento y Rastreo	Oportunidad
Colombia	58	2.94	2.61	2.67	3.19	2.87	3.08	3.17
Sudáfrica	33	3.38	3.17	3.19	3.51	3.19	3.41	3.74

Nota: Panorama internacional LPI de Colombia en el 2018

Fuente: Elaboración propia adaptado a (Banco Mundial, 2022)

Buscar siempre buenos resultados en nuestros procesos de nuestro país Colombia, es lo que nos ayuda a fortalecernos más en nuestra economía, nuestra política, y siempre mirar al desarrollo y fortalecimiento de nuestro país.

Cada puntaje aquí establecido, nos enfoca a buscar ser mejores y para esto debemos trabajar en mejorar cada día y ser un país de beneficios económicos y economía en desarrollo.

Colombia: CONPES 3982 – Política Nacional Logística.

Teniendo en cuenta el documento CONPES 3982 y su aprobación por parte del gobierno, esta busca el fortalecimiento de la logística para mejorar los costos y tiempos de las importaciones y exportaciones del país, en tal razón se evalúa su aplicación para la empresa Ramo S.A.

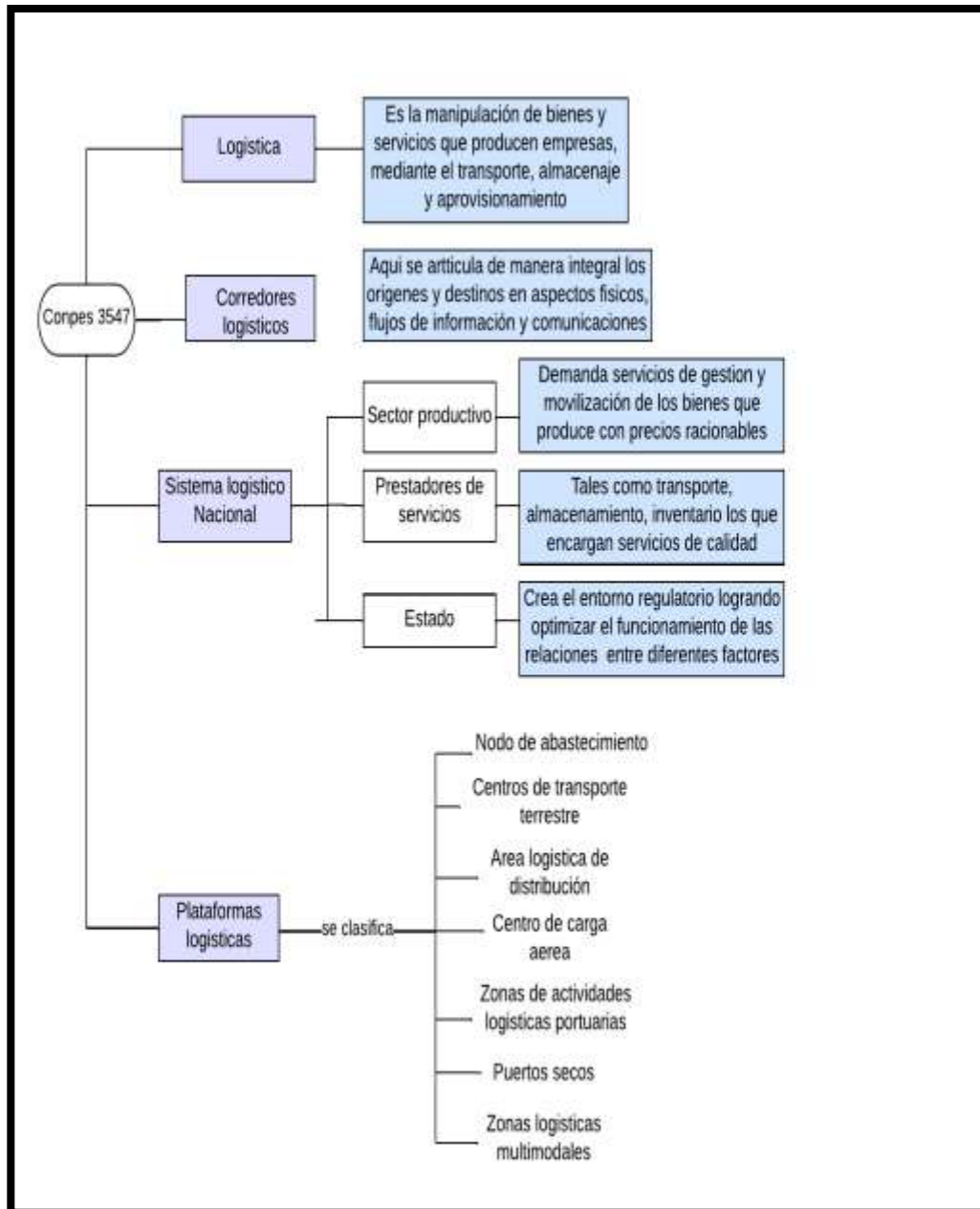
Conceptualización y contextualización

Colombia se ubica en la posición 58 entre 160 economías en el índice de desempeño logístico (LPI, por sus siglas en inglés)³ del Banco Mundial (2018), con oportunidades de mejora, principalmente, en los componentes de infraestructura y aduanas. Adicionalmente, de acuerdo con la Encuesta Nacional Logística (ENL) de 2018, el costo logístico de las empresas del país representa el 13,5 % sobre las ventas, cifra superior a la de países de la región. Los principales componentes del costo logístico son el almacenamiento (46,5 %) y el transporte y distribución (35,2 %). Este costo incluye las actividades relacionadas con la logística que las empresas del país deben desarrollar en el marco de su operación de negocio tanto para el comercio interno como externo. (SOCIAL, s.f.)

Elementos fundamentales CONPES 3982 - Política Nacional Logística

A continuación, se evidencia los elementos fundamentales de CONPES 3982 de acuerdo a la empresa Ramo S.A

Ilustración 7. Cuadro sinóptico Conpes 3547



Nota: Información del CONPES 3547 como logística para el Estado Colombiano

Fuente: Elaboración propia

El Efecto Látigo (The Bullwhip Effect)

En una cadena de suministro la información de la demanda por lo general se altera cuando se transfiere desde una parte a otra. Cambios tales como demoras, amplificación y distorsión de las señales de demanda se conocen como el efecto látigo. (The Bullwhip Effect)

Esta acción produce ineficiencias en una cadena de suministro, como una inversión excesiva en inventario, mal servicio al cliente, pérdida de ingresos, planes de capacidad equivocados y transporte y producción ineficaces. Estas ineficiencias podrían potencialmente inducir a costos significativos que terminan impactando los procesos.

Conceptualización y contextualización

De esta manera debemos tener en cuenta que para controlar los sucesos para la empresa RAMO S.A. se deben establecer propuestas que permitan mantener unida a la planeación de proveedores que permitan la eficiencia en los procesos establecidos de la empresa, para la compañía debe ser importante determinar la logística que le permita identificar oportunidades entre proveedores y clientes para conseguir nuevas oportunidades de innovación para resolver adversidades a todos los involucrados, logrando que todos los procesos sean eficientes, y para lograr esa eficiencia debemos mantener una logística de prestación y disposición para todos los procesos que involucren nuestros productos o servicios.

Análisis de causas en la empresa RAMO S.A.

A continuación, la descripción de las causas que podrían producir un efecto látigo:

Actualización de los pronósticos de demanda (Demand-forecast updating)

Tradicionalmente las técnicas de administración de inventarios practicadas en cada nivel del Supply Chain origina el efecto látigo. Los resultados del juego de la cerveza son el resultado de muchos factores de comportamiento. La percepción juega un papel clave en la interpretación de la señal de demanda que los participantes observan. Crean un modelo mental del funcionamiento de la cadena de suministro y la demanda que influye en la toma de

decisiones.

Cada vez que un cliente intermedio (nodo o entidad) realiza un pedido, el administrador aguas arriba procesa esa información como una señal sobre la demanda futura del producto. Con base en esta señal, el administrador de aguas arriba a menudo reajusta la demanda futura. Esto, a su vez, cambia los pedidos que hacen a su proveedor. Esto es similar a la vida real, situación en la que cada entidad en una cadena de suministro hace su propio pronóstico para la programación del producto, la planificación de la capacidad, gestión de inventario y adquisición de piezas. Este pronóstico a menudo se basa en el historial de pedidos de las entidades y clientes inmediatos. El procesamiento de la señal de demanda por parte de entidades consecutivas en la oferta de la cadena de suministro es un importante contribuyente al efecto látigo.

En la empresa Ramo S.A se podría ver reflejado el efecto látigo en los momentos en que la empresa obtenga la materia prima en grandes cantidades, mayores a las ordenes requeridas, para aprovechar descuentos otorgados por proveedores, en este caso la empresa debería implementar estrategias de consumos de la materia prima para poner en rotación todos sus productos en inventario, en la cual se garantice el aprovechamiento de la mayor cantidad adquirida y este se ve reflejado la obtención de una mayor ganancia por productos entregados, en este caso la empresa debe proyectarse para responder a las demandas requeridas por el mercado, garantizando una buena prestación del servicio sin devaluar sus precios.

Orden de procesamiento por lotes (Order batching)

Los pedidos por lotes por parte del minorista, durante algunas épocas, impulsó el efecto látigo. Cuando el minorista y el distribuidor sospechan que las ordenes van a ser entregadas en corto tiempo, entonces se anticipan al recibo e incrementan la cantidad de la orden inicial.

Las órdenes de pedido necesarias en la empresa Ramo S.A se realiza por medio de un

seguimiento de las órdenes de los pedidos realizados del mercado, donde por medio de la demanda que se obtenga se mira el manejo que se debe obtener para el inventario, los recursos necesarios para esto y los procesos que se deben llevar. Siempre teniendo en cuenta el tiempo que se lleva por cada uno de los productos para sacar de manera rápida el tiempo aproximado de los pedidos, se tiene unas ordenes de despacho que parten desde el cargue y despacho de los inventarios, se hace por medio de transporte y embalaje.

Así mismo se podría ver reflejado para la empresa Ramo S.A. por los procesos de aprovisionamiento en cuanto a los pedidos, si son periódicos o por ciclos, para controlar el efecto se debe establecer alarmas para la fluctuación en la demanda de servicio, ya que se podría generar mayores incertidumbres en la cadena de suministro, motivos por los cuales se debe migrar a nuevas tecnologías que permitan mitigar las consecuencias del efecto látigo, teniendo la información necesaria de los participantes en la cadena de suministro, logrando el ingreso a información de los puntos de distribución y venta, para conocer la demanda real, en este sentido se podría lograr evitar el desabastecimiento de la materia prima dentro de la empresa, se podría recomendar para la compañía Ramo S.A. adquirir la materia prima por grandes lotes para asegurar el cumplimiento y satisfacción de los clientes.

Fluctuación de precios (Price fluctuation)

Los inventarios de las empresas Ramo S.A que fabrican estos productos son indispensables porque se debe tener insumos y materia prima para evitar alza de costos por falta de esto. En el momento de determinar los precios está asociado al comportamiento que presente la demanda para tener una rentabilidad en la comercialización alta de los productos que se entregaran a los clientes con los requisitos requeridos.

Si los precios varían, los minoristas con frecuencia incrementan su stock cuando los precios bajan. Esto se presenta mucho en la industria que permanentemente está haciendo promociones

En la empresa Ramo S.A. se vería reflejado el efecto látigo en el aumento de la oferta y la disminución de la demanda, ocasionando que la materia prima baje sustancialmente, ya que al superar al inventario establecido por la empresa, los proveedores se ven obligados a

ofertar sus productos para recuperar parte de la inversión, en caso contrario si disminuyera la oferta y aumentara la demanda, la disponibilidad de la materia prima en el mercado se reduce de manera sustancial y sus costos se elevarían, ocasionando que la empresa aumente el precio de sus productos, la empresa debe tener en cuenta la reducción de las fluctuaciones, organizándose de manera anticipada todas las ordenes de pedido, de tal forma que logre conseguir la materia prima en tiempos de mayor oferta y con precios más bajos.

Problemas de escasez y racionamiento (Shortage gaming)

Este efecto es bastante particular por su facilidad para comprenderlo. La falta de un producto genera atraso en las ordenes, ocasionando desordenes en los tiempos de entrega y generando dificultades en los cálculos del stock de seguridad.

Analizar los flujos de proceso para las compras e inventarios, manuales de los procedimientos y funciones, se debe gestionar lo necesario para la obtención de formatos para saber que lo que llega y sale del inventario sea lo que se pide o se envía

Identifica criterios para evaluar y categorizar los proveedores (volumen de compra, tecnología, calidad, innovación, servicio).

Mostrar a cada uno de los clientes internos de las áreas diferentes los cambios que se le realizara para el mejoramiento de los productos con capacitaciones.

Proponer acciones de mejora continua de cada uno de los procesos que se están realizando en el almacenaje.

Para la empresa Ramo S.A. se podría ver reflejado en el momento en que los participantes empiezan a desempeñar su papel, ya que se empiezan a tomar decisiones en los pedidos para satisfacer las necesidades de los clientes a los menores costos posibles, las decisiones se basan en pedidos por parte de los proveedores, con su posición en inventarios locales y rendimientos de entregas por los proveedores, los pedidos de los clientes deben estar planificados por la empresa para producir por cada semana, lo cual conllevaría a proyectar más área y más alcance frente al menor espacio, buscando la necesidad de disponer inventarios de seguridad para cumplir con las ventas que se puedan ocasionar en cualquier momento

Gestión de Inventarios

La gestión de inventarios es un proceso mediante el cual se realizan diversas acciones para que una empresa pueda mejorar lo relacionado con la organización, planificación y control de todos los inventarios de productos. Para que una empresa genere máximos dividendos es indispensable que haga uso eficaz de sus recursos, incluyendo los de su inventario (Cajal, 2020).

En la siguiente fase se abarcará como objetivo identificar todas las partes involucradas en el proceso para la optimización de inventarios en la empresa Ramo S.A.

Conceptualización y contextualización

Es fundamental el pronóstico en la empresa Ramo S.A debido a que ayuda a tener una decisión acertada de los precios, lograr tener estrategias para el crecimiento de la empresa y tener más potencial en el mercado por medio del reconocimiento de los requerimientos que tienen los clientes, obteniendo inventarios precisos durante la cadena de suministro.

Análisis de la situación actual de la gestión de inventarios en la empresa Ramo S.A.


La empresa Ramo S.A controla de manera mensual las entradas, salidas y ubicación de las mercancías, en su planeación bimestral ingresan la proyección en ventas de todos sus canales y su gran meta disminuir el costo derivado de la provisión y la toma de decisiones en un stock controlado completamente.

Instrumento para recolección de la información.

El instrumento seleccionado para la recolección de la información para la empresa RAMO S.A fue una encuesta la cual se analizaron y se plantearon una serie de preguntas con relación a los inventarios de la compañía; adicional se obtuvo calificaciones a ciertas actividades, donde la puntuación más favorable se acerca a cinco y la más desfavorable se acerca a uno. En esta encuesta se tuvieron calificaciones de tres y cuatro puntos, en donde ninguna respuesta fue del

todo desfavorable pero tampoco se llegó a la excelencia de cómo se está aplicando los procesos, a continuación, la encuesta formal aplicada:

Tabla 25 Instrumento Levantamiento de Información Empresa Ramo S.A

	<u>Empresa Ramo</u> <u>S.A</u>	Valor obtenido
Preguntas		
¿Cuenta con mecanismo para la recepción de materia prima?		4
¿Realiza un control periódico de las existencias de los productos?		3
¿Cuenta con un proceso para la realización de compras?		4
¿Obtiene documentación referente al manejo de materiales utilizados por la empresa?		4
¿Existe algún registro para determinar las existencias que tienen en el almacenamiento?		4

Nota: Instrumento de levantamiento de información para la empresa RAMO S.A.

Fuente: Elaboración propia

Diagnóstico de la situación actual a partir de la información obtenida

El diagnóstico que se evidenció al momento de analizar la información obtenida por cada ítem (pregunta), es:

Ítem 1 ¿Cuenta con mecanismo para la recepción de materia prima?

Dentro del consenso de respuestas para esta pregunta se llegó a la conclusión de una calificación de cuatro puntos, debido a que los procesos de recepción de materia prima se deben realizar por cuestiones de contabilizar los productos recibidos de acuerdo a las órdenes

de compras emitidas, más sin embargo solo se realiza el proceso de recibido y contabilizado, no se tiene procesos o planteamientos que nos permita llegar más allá en cuanto a los procesos de calidad de la materia prima recibida, este proceso se realiza al momento de producción.

Ítem 2 ¿Realiza un control periódico de las existencias de los productos?

Para esta pregunta la calificación estuvo dentro del rango de tres puntos, ya que los procesos de existencia de productos se realizan solo por la necesidad de producción o elaboración que requiera el insumo, es decir no se lleva un control periódico que demuestre la necesidad de nuevos aprovisionamientos dentro de los tiempos requeridos.

Ítem 3 ¿Cuenta con un proceso para la realización de compras?

La calificación para la actividad tuvo una calificación de cuatro puntos, debido a que la compañía cuenta con procesos para realizar compras muy bien establecidos, más sin embargo este proceso no llega a la excelencia porque en ocasiones se ven afectados por el poco control que se lleva en el control de inventarios de materia prima y se debe improvisar ciertas compras para cumplir con las necesidades de la compañía.

Ítem 4 ¿Obtiene documentación referente al manejo de materiales utilizados por la empresa?

Para este planteamiento la clasificación es de cuatro puntos ya que se tiene claro el tipo de almacenamiento que se debe realizar de acuerdo a las especificaciones de cada producto y estos se tienen enlistados de acuerdo a la documentación o ficha técnica, más sin embargo no contamos con programas o sistemas que alerten sobre cada uno de los ítems correspondientes.

Ítem 5 ¿Existe algún registro para determinar las existencias que tienen en el almacenamiento?

Durante el planteamiento la calificación fue de cuatro puntos, no se logra la excelencia debido a que la existencia de algunos de los productos en ocasiones tiene diferencias, sea

porque quedo algún registro pendiente por relacionar o porque se entregó algún producto mal cuantificado y estopor momentos nos presenta desbalances en lo que se lleva en los registros y con lo que se cuenta en las bodegas con relación al inventario.

Estrategia propuesta para la gestión de inventarios en la empresa Ramo S.A. diagnóstico

De acuerdo a las observaciones realizadas en la empresa RAMO S.A. podemos proponer para la misma un modelo de gestión de inventarios determinístico, ya que a través de estos se conoce con certeza la demanda de los artículos, con la finalidad de garantizar los movimientos de las materias primas o productos requeridos, estableciendo políticas de inventario que permitan cubrir las necesidades de la compañía, donde se debe implementar niveles de existencia mínima que permitan mantener el funcionamiento de producción y aprovisionamiento de la organización de forma eficaz en los momentos que se requieran y de manera controlada.

Análisis de las ventajas y desventajas de centralizar o descentralizar los inventarios de Ramo

Inventario centralizado:

1. Se almacena el inventario en un solo lugar disminuyendo los costos de alquiler de la bodega
2. Mejora la concentración del inventario y es más fácil manejarlo
3. Tiene ventaja comparativa teniendo el inventario centralizado, llevando los productos a los clientes en el momento adecuado
4. Se tiene un inventario de seguridad es el inventario adicional para cubrir las entregas tardías o los aumentos inesperados de la demanda.

Inventario descentralizado

1. No hay atrasos a la hora de la realización de compras
2. Hay una mejora en la realización de toma de decisiones
3. Genera mayor relación entre proveedor y la organización
4. Reducción de formatos para el almacenaje

El modelo ABC que ayuda a clasificar los insumos o materia prima que se tiene para la realización de productos escogiendo desde la más importante a la menos importante, este modelo también es aplicado a los productos que están en el inventario y requieren diferentes maneras de control, cada producto en este caso tiene un diferenciador con respecto a la categoría.

Para la empresa Ramo S.A. en definitiva sería recomendable utilizar el sistema de inventario modelo ABC debido a la gran variedad de materia prima a la que se accede para cumplir con los productos finales que se deben suministrar y los cuales hacen parte del control de inventario, además cabe resaltar que por medio de este sistema de clasificación (ABC), se pueden determinar niveles de control en existencia, el cual nos ayuda a disminuir tiempos de control, esfuerzos y costos en el manejo de inventarios, y de esta manera se pueden fijar parámetros que nos ayuden a controlar los productos de mayor cuantía dentro del inventario, buscando para la empresa beneficios en ahorros de costos y rotación adecuada de su inventario o materia prima, identificando por medio de cantidades de artículos del inventario en cuántos de estos productos se mantiene la mayor cantidad de inversión en dinero de la compañía, para establecer controles y rotaciones sobre estos productos, clasificaremos los productos o artículos según su importancia y valor de acuerdo al sistema ABC.

Tipo A: son los productos que, por su alto costo, alta inversión, nivel de rotación, o aportes a las utilidades, necesitan un control del 100% en su existencia.

Tipo B: son aquellos productos que son de menor costo y menor importancia dentro del inventario y requieren menor control.

Tipo C: son los productos de muy bajo costo, inversión baja y de poca importancia para el proceso productivo, se requiere poca supervisión sobre el

nivel de su existencia.

Pronósticos de la demanda de la empresa RAMO S.A.

Al finalizar la designación de la propuesta del modelo para la gestión inventarios dentro de la organización seleccionada, se concluye que los modelos de inventarios son determinantes para la administración de los insumos y productos destinados a las ventas en el desarrollo normal de la empresa. Estos modelos aplicados según su funcionalidad ejercen un manejo en dirección del objetivo del negocio ofreciendo garantías y estrategias para generar una optimización de los costos por administración de los inventarios.

Por lo anterior se puede indicar que su administración consiste en proporcionar los inventarios que se requieran, manteniendo la operación al más bajo costo para contribuir a mejorar la utilidad. De igual manera se deduce que este rubro de inventarios de alguna manera si no es controlado de manera correcta, aporta a ese efecto látigo que puede generarse a lo largo de la cadena de suministros, produciendo ineficiencias como por ejemplo la inversión excesiva en inventarios afectando los procesos operacionales dentro de la empresa

El layout para el almacén o centro de distribución de una empresa.

El protagonismo de un almacén dentro de la cadena de abastecimiento, con el avance de la tecnología y los sistemas de información se ha convertido en una pieza importante para el flujo de mercancías tanto de entrada como de salida dentro de las empresas.

Su dinámica ha evolucionado enfocándose hacia el objetivo de convertirse en centros que garanticen el servicio y el soporte de la organización en el manejo de insumos, materia prima y productos terminados. En esta fase trabajaremos todo lo relacionado con el centro de distribución de la empresa Ramo S.A y su impacto en el proceso real del core del negocio.

Conceptualización y contextualización

Para implementar la propuesta de distribución debemos observar la situación actual de la empresa Ramo S.A. con el fin de determinar el espacio necesario que ocupara físicamente los inventarios de almacén, realizando estudios para conocer las capacidades y restricciones de nuestra empresa, para implementar la propuesta de distribución de tal manera que favorezca el flujo de los procesos, en la cual se puedan evitar inconvenientes de altas energías por los procesos de la compañía.

Debemos implementar el Layout del almacén de la empresa mucho antes de entrar a rediseñar las instalaciones del almacén, ya que de esta forma podremos identificar los espacios requeridos y la serie de factores que limitan el área disponible.

Situación actual del almacén o centro de distribución de la empresa Ramo S.A.

La situación actual del centro de distribución de la empresa Ramo S.A tiene la diversificación de su gama de productos que le ha permitido a Ramo expandir su presencia y llegar a diferentes consumidores en cada región. Tiene tres líneas de producción específicas: 1) panqué y pan. 2) (maicitos, achiras y platanito). 3) Galletas. Además de los sabores tradicionales y los famosos ChocoRamos, la innovación es uno de los principales factores que hacen que esta última marca esté en el corazón y la mente de todos los consumidores, permitiéndonos brindar servicios oportunos de alta calidad a precios bajos.

Para la evaluación del almacén es importante tener en cuenta los siguientes ítems para describir su situación actual al interior de la empresa seleccionada

Áreas de circulación: Se tiene establecido un corredor perimetral de circulación para los equipos utilizados dentro del área de almacenamiento. Se garantiza el espacio para los movimientos dentro del almacén para el equipo con o sin carga movilizada.

Área de crossdocking: Se tiene definida una zona de Cross en donde se ubica producto que no llega a las áreas de almacenamiento. Esto con el fin de preparar la mercancía para ponerla en circulación nuevamente. Esto nos permite optimizar los recursos dentro del funcionamiento del almacén.

Maquinaria y equipos: Se trabaja con montacargas eléctricos de 3,5 tons con el objetivo de mantener la inocuidad del producto y para evitar la contaminación al interior de la bodega.

Rotación de inventarios: La rotación de los productos es manejada bajo el sistema ABC, en donde el tipo A es el de mayor rotación, el tipo B el de rotación media y el tipo C el que tiene baja rotación. Bajo esta premisa se realiza su ubicación al interior de la bodega en donde la mercancía tipo A y B estas próximas a los muelles de carga y descarga.

Flujos de mercancías: Garantizados a través de los muelles definidos en el almacén: uno de entrada (descargue de mercancías) y otro de salida (despacho de mercancías).

Seguridad física: Se cuenta con CCTV para monitorear la mercancía y verificar la circulación de esta dentro del almacén. Las cámaras de seguridad están ubicadas en la zona perimetral de la bodega y en los muelles de entrada y salida de productos.

A continuación, el plano real:

Véase el Anexo A: Plano del Layout Actual empresa RAMO S.A.

Propuesta de mejora en el almacén o centro de distribución de la empresa RAMO S.A.

Con el fin de disminuir los hallazgos encontrados en el plano actual e identificados así:

- Entre los productos completos, no hay espacio donde la acera esté para este propósito.
- El área del producto final es muy pequeña, causando un uso inútil; adicional no hay suficiente espacio para cortar.
- No se evidencia suficiente espacio para una gran cantidad de existencias con las cual el almacén cuenta y necesita según su demanda y la solicitud especificada en la compañía actual para las operaciones.
- Por último la rotación y operación del operador en el área de almacén propuesta y un nuevo diseño de hecho, la compañía opera en orden, y la baja gestión de acciones se ampliarán las materias primas y el espacio final de almacenamiento en el mismo lugar, para obtener una mayor productividad.

Se propone bajo el nuevo plano de Layout comenzar a organizar materiales y no solo efectivo teniendo en cuenta la seguridad porque hay herramientas y equipos en el entorno de trabajo. En cuanto a la posibilidad de peligro, la organización se convierte en un trabajador de seguridad. Este plan se basa en el método ABC, debido a las diferentes materias primas y los productos que están diseñados por RAMO S.A. Se utilizan el clasificador ABC porque se basa en Pareto y sus tres clasificadores,

Teniendo en cuenta el grado de importancia, así:

Tipo A: Este tipo corresponde a un pequeño número de unidades físicas, por lo que el valor más alto de inventario, en comparación con la cantidad total de mercancías comercializadas, su proporción varía por mercado.

Tipo B: un producto con un valor de consumo promedio igual al 30% . inventario total.

Tipo C: Productos de bajo consumo que conforman el 50% del inventario total.

Véase el Anexo B: Plano del Layout propuesto, con los cambios realizados para la empresa Ramo S.A.

El aprovisionamiento en la empresa.

Los fundamentos y logística variable son muy importantes y están relacionados con temas de gestión de compras y abastecimiento, en la cual se deben crear selecciones de proveedores y evaluaciones precisas que conduzcan a la optimización de recursos y procesos de producción dentro de su empresa como valores interesantes para productos de alta calidad, crecimiento organizacional y satisfacción del cliente.

La importancia de administrar adecuadamente el centro de distribución de una empresa es permitir el desarrollo de estrategias de gestión para mejorar el mismo y las actividades de las organizaciones dentro y fuera de la organización para satisfacer las necesidades de los clientes.

En el mercado, los pedidos de los clientes se realizan a través de la gestión del tiempo entre actividades y la integración de actividades, lo cual es una propuesta para la estrategia de abastecimiento de la empresa. Ramo lanza los atributos de las instrucciones logísticas para crear propuestas de mejora y mejorar la eficiencia de las actividades que organizan la eficiencia de la operación.

Conceptualización y contextualización

Para implementar de forma exitosa los procesos de aprovisionamiento para la compañía Ramo S.A. se debe contemplar o estudiar la cadena de suministro, con el objetivo de modelar los procesos de APICS – SCOR bajo los parámetros de fuente de almacenamiento, fabricación a medida, e ingeniería de origen de productos que nos permita ejercer de la siguiente manera:

El proceso de aprovisionamiento en la empresa Ramo S.A.

la compañía cuenta con procesos para realizar compras muy bien establecidos, más sin embargo este proceso no llega a la excelencia porque en ocasiones se ven afectados por el poco control que se lleva en el control de inventarios de materia prima y se debe improvisar ciertas compras para cumplir con las necesidades de la compañía.

Análisis de la situación actual del proceso de aprovisionamiento

Los procesos de existencia de productos se realizan solo por la necesidad de producción o elaboración que requiera el insumo, es decir no se lleva un control periódico que demuestre la necesidad de nuevos aprovisionamientos dentro de los tiempos requeridos.

Instrumento para recolección de la información

Con el fin de realizar una recolección de la información que permite develar la forma en que la empresa gestiona su aprovisionamiento, se implementará una entrevista con el Director de Operaciones de la empresa, esto tiene como propósito conocer como realizan este proceso en la empresa RAMO S.A.

La implementación de este instrumento permite recopilar la información de una manera más flexible, para ello se realizará de forma semiestructurada, con preguntas que sean cerradas, así como abiertas, con el fin de complementar la información, permitiendo a su vez, mejorar el conocimiento con respecto al proceso de aprovisionamiento utilizado por la empresa RAMO S.A, esta empresa constituida y posicionada en el mercado.

Aplicación del Instrumento de Recolección y Resultados de Aprovisionamiento

Se realizará 5 preguntas, con el fin de obtener la información requerida, sobre el aprovisionamiento en la empresa RAMO S.A.

Tabla 26 Entrevista Director de Operaciones RAMO S.A.

Ítem	Pregunta	Respuesta
1	¿Dentro de la Organización se tiene establecido los controles de los inventarios y la asignación de funciones dentro del aprovisionamiento?	Si, dentro de la empresa, se cuenta con profesionales, especializados en cada área de la cadena de suministros, quienes realizan una revisión de los inventarios, se tiene un formato de control donde se gestiona el aprovisionamiento, con el departamento

		de Compras se mantiene una comunicación, de acuerdo a los insumos requeridos, en caso de que se esté agotando desde la producción y se requiere, cada proceso se encuentra debidamente documentado.
2	¿Desde su experiencia, que retos ha tenido la empresa dentro del aprovisionamiento y almacenamiento de los inventarios?	La empresa ha mejorado su gestión, sin embargo, todavía se presenta algunos inconvenientes con respecto al almacenamiento, no se cuenta con un espacio amplio para mantener los inventarios, por lo que a veces se realiza requerimientos con el Departamento de Compras para aquellas materias primas requeridas dentro del proceso de producción, aunque se realiza una previsión de la Demanda, la falta de un almacén robusto, implica algunas demoras dentro del área de producción en la Organización.
3	¿Por qué considera que se presenta este problema dentro del almacén en la empresa?	Dentro de los planes de la empresa se está estudiando ampliar el almacén realizando una inversión ya sea, comprando un sitio donde se pueda gestionar eficientemente, o la posibilidad de arrendar, mientras se realiza el análisis de viabilidad, para tomar la mejor decisión de inversión para la empresa, se mantiene el almacén actual.

4	¿Considera que el problema del almacén afecta el control y calidad de los inventarios?	Definitivamente si, a pesar de llevar un control sobre los pedidos y que la empresa, se ajusta a las necesidades del pedido actual, llevando controles, hay aspectos que se pueden mejorar y en eso se encuentra la empresa, gestionando para optimizar dentro de la cadena de suministros.
5	¿Considera que las nuevas tecnologías ayudan a mejorar la cadena de aprovisionamiento en las empresas?.	Sí, desde nuestra área nos encontramos siempre indagando en las mejores tecnologías, RAMO S.A. se encuentra comprometido con brindar los mejores productos, así como también entregar los pedidos en el tiempo acordado con nuestros clientes.

Nota: Entrevista realizada al Director de Operaciones de la empresa RAMO S.A.

Fuente: Elaboración propia

Diagnóstico de la situación actual a partir de la información obtenida

De acuerdo a las respuestas encontradas en la entrevista realizada, se puede evidenciar que Ramo S.A. se asegura de que se cumplan todos los criterios requeridos en gestión y gestión de inventario, dificultades significativas basadas en la empresa, espacio donde se deben almacenar materias primas y productos terminados.

Es importante señalar que la falta de espacio puede llevar al incumplimiento, para los clientes, es una buena idea crear un número mínimo de filas para cada referencia y los ingredientes necesarios para procesos de panadería entre otros.

Estrategia propuesta para el aprovisionamiento en la empresa RAMO S.A. a partir del diagnóstico realizado

Estrategia recomendada para la gestión de inventario basada en modelos, La estrategia de inventario " justo a tiempo" dicta que el inventario debe quedar correctamente administrado y basado en el hecho de que produce varios puntos de concentración que solicite el cliente o distribuidor, en la cual se recomienda implementar esta estrategia en los siguientes pasos:

Instaurar unos niveles adecuados para el inventario

Implementación de hardware mínima requerida, bonificación por la producción de del 25% por cada suministro entregado se solicitó el producto más caro según el informe de ventas establecido A medida que aumenta la rotación, todo esto se ve favorecido por el control y el espacio que debe tener cada objeto primo. Previene el deterioro del producto debido a la fecha de caducidad y la ubicación de almacenamiento

Las materias primas son necesarias para la producción y están disponibles en cantidad y condiciones suficientes.

Ejecutar un rastreo de inventario específico.

El uso de las herramientas de SAP B1 es monitoreado y recomendado ya que el mantenimiento del inventario debe ser mínimo puede enviar alertas a su zona configurándola en función de la tasa de alerta de SAP B1.

Si la materia prima alcanza el límite inferior, el solicitante debe hacer esto, envíe un correo notificándome que necesito solicitar las materias primas para que lleguen al área de compra en el límite inferior permitido, incluso por el aviso generado por SAPB1

Control y escrutinio físico al inventario trimestral

Realice una validación periódica en tiempo real de las cantidades (una vez cada 3 meses) Con SAP B1 en stock, materias primas y El producto terminado está de alguna manera en stock en SAP B1 y físicamente almacenamiento. Nunca evite las contradicciones o contradicciones en las relaciones cuantitativas.

Ventas y descargas de stock de inventarios

Así como SAP B1 soporta importaciones o cargas de inventario, tener propuesta de factura de compra emitida por ramo S.A

Un almacén con una factura de venta o en algunos casos, un registro destrucción definitiva firmada y aprobada por presidencia.

Los cheques de todas estas facturas le ayudarán a proporcionar y adjuntar, las ventas más precisas y concisas que lo ayudan a crear pronósticos de ventas.

Planear y ejecutar un plan logístico integral y completo

Integrar todas las áreas de impacto o apoyar la gestión del inventario de atención El marketing limitado le permite describir una tarea de una manera particular ¿Quién se encarga de desarrollar cada función? Establecimiento de responsabilidad, Por ejemplo, la cantidad de inventario ayuda a administrar las responsabilidades del dueño de la tienda. Por lo tanto, es importante asumir la responsabilidad de la gestión del inventario de la oficina central. Su función principal es la gestión de almacenes. Cumplimiento total y sin escasez ni excedentes.

Realizar la presentación de los informes de buena gestión de los inventarios

Para este punto se recomienda establecer informes semanales en cuanto al movimiento de los productos, en la cual se pueda evidenciar los movimientos por cada producto, observar el stock de este y decidir sobre nuevos pedidos, además de tener al día el valor del inventario, cual es el producto con mayor y menor rotación que nos permita tomar decisiones sobre lo almacenado.

La identificación de fortalezas y debilidades solo se puede encontrar en el documento. Los datos duros cuantificados le permiten concluir si la gestión del almacén está funcionando bien. Malos resultados. Esto ayudará a mejorar las debilidades y errores que se han comentado. Al realizar actividades de gestión de inventario, es posible ajustar los planes de mejora. Evita que los errores y omisiones detectados se repitan.

Método de Evaluación de Proveedores

Se realizará la evaluación a través del método de puntos ponderados, de 1 a 4, donde 1 es la calificación más baja y 4 es la más alta.

Se realizará la evaluación de acuerdo a unas características correspondientes a:

Cumplimiento de las entregas de forma contractual en cuanto a la fecha, como las cantidades pactadas.


Cumplimiento de los requisitos legales aplicados a los contratos y la gestión en la facturación que se entrega en forma oportuna, como las condiciones mercantiles, que se da dentro del pedido.

El servicio de venta generado, desde la recepción de la solicitud, hasta la entrega final del pedido, así como la calidad de las materias primas e insumos solicitados.

Este instrumento de evaluación de proveedores, permite mostrar la eficiencia y eficacia de ellos en la empresa RAMO S.A, así como el control que se lleva dentro de la organización, para obtener los proveedores estratégicos por la compañía, la empresa se caracteriza por ser muy exigente en la evaluación de los proveedores, con materiales de calidad, así mismo que se cumpla los tiempos pactados dentro de los contratos, estos criterios mostrados dentro de la evaluación permiten visualizar la gestión de la empresa, en cuanto a las Compras, a la disposición de inventario para cumplir con los pedidos por parte de los clientes y a la calidad del mismo dentro de la cadena de suministro.

Ilustración 8. Evaluación a proveedores RAMO S.A.

Instrumento propuesto para la evaluación y selección de proveedores en la empresa RAMO S.A.

		EVALUACIÓN DE PROVEEDORES DE RAMO S.A.		CÓDIGO: GAD-FO-06	
				VERSIÓN: 2	
				VIGENCIA: FEBRERO 11 DE 2021	
				PÁGINA: 1 de 1	
NOMBRE DEL PROVEEDOR:		NIT PROVEEDOR:			
NÚMERO DE CONTRATO:		PERÍODO DE EVALUACIÓN:			
<small>De acuerdo al siguiente ordenamiento establecido con una "X" se indica los criterios</small>					
CARACTERÍSTICAS	SELECCIÓN	CRITERIOS		CALIFICACIÓN	
Cumplimiento en tiempo (Para contrato de servicios manera No Aplica)	Entrega de Bienes según fecha	<input type="checkbox"/>	No aplica	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	Cumple siempre o entrega antes de lo pactado.	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	Incumple eventualmente	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	Incumple permanentemente.	<input type="checkbox"/>	
Entrega Bienes Cantidad		<input type="checkbox"/>	No aplica	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	Siempre cumple con las cantidades pedidas o comprometidas	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	Algunas veces no cumple con las cantidades pedidas o comprometidas	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	Generalmente incumple con las cantidades pedidas o comprometidas	<input type="checkbox"/>	
Cumplimiento en servicios (Para contrato de bienes manera No Aplica)	Entrega servicios según fecha	<input type="checkbox"/>	No aplica	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	Cumple siempre o entrega antes de lo pactado.	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	Incumple eventualmente	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	Incumple permanentemente.	<input type="checkbox"/>	
Entrega servicios cantidad		<input type="checkbox"/>	No aplica	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	Siempre cumple con las cantidades pedidas o comprometidas	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	Algunas veces no cumple con las cantidades pedidas o comprometidas	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	Generalmente incumple con las cantidades pedidas o comprometidas	<input type="checkbox"/>	
Cumplimiento Cualidad	Seguridad Social	<input type="checkbox"/>	No aplica	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	La atención al pago de seguridad social es oportuna	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	La atención al pago de seguridad social es oportuna	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	No presenta atención al pago de seguridad social	<input type="checkbox"/>	
Facturación		<input type="checkbox"/>	No aplica	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	La facturación es oportuna	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	La facturación es ocasional	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	No cumple oportunamente con la facturación	<input type="checkbox"/>	
Cumplimiento Post contractual	Reclamaciones	<input type="checkbox"/>	No aplica	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	Atiende oportunamente las reclamaciones presentadas	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	Atiende oportunamente las reclamaciones presentadas	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	No atiende reclamaciones.	<input type="checkbox"/>	
Servicio post venta		<input type="checkbox"/>	No aplica	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	La atención es oportuna y acertada	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	La atención es ocasional	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	No presenta servicio de atención	<input type="checkbox"/>	

Escala de Calificación (entrega)	Puntaje	Resultado	CALIFICACIÓN DEFINIDA		
		100 - 90	Carísimo	PUNTAJE	PROVEEDOR ACEPTADO
	80 - 70	Recomendado	# VALOR	# VALOR	# VALOR
	< 70	No Confiable			

Nota: Formato de Evaluación de Proveedores en la empresa RAMO S.A.

Fuente: Elaboración propia

Descripción del proceso de selección y evaluación de proveedores en la empresa RAMO S.A.

Se tomaron muchos aspectos a evaluar y se crearon varios criterios para evaluar obviamente, cada criterio tiene un porcentaje y una puntuación correspondiente. El evaluador considera que existe una columna de impacto generada para cada dimensión y criterio, vea cómo la calidad de cada artículo afecta la gestión en tres niveles. En este caso, finalmente se agrega y clasifica por criterio y aspecto. Acabado luego, para cada proveedor, se analizan las partes de producción y control. La suma de las dos calificaciones cuyo valor final es la suma de las puntuaciones proveedor.

A continuación, se da los resultados del Proveedor Itacol de Occidente S A.

Véase el Anexo C: Evaluación a proveedores RAMO S.A diligenciada

Se evidencia que la empresa Itacol de Occidente S A. se encuentra en un puntaje de 100-90 como resultado confiable, hace parte de la categoría A, cuya clasificación será:

Cumple ampliamente los requisitos de asegurar la calidad de los productos, preferirlo al comprar.

Esto demuestra que el proveedor cumple con los criterios de la empresa RAMO S.A. y del cual se tomará como una opción a la hora de requerirse materias primas como lo es la harina, de donde se ha evaluado el proveedor.

Procesos logísticos de distribución

La planeación de requerimientos de planeación es una herramienta para planear y controlar cada uno de los inventarios que se tienen dentro de la organización, ayudando a las decisiones necesarias a corto plazo, teniendo en cuenta que, cuando y cuanto tiene que ser despachado a los puntos de venta y cuanto se le debe pedir a las personas de manufactura.

Conceptualización y contextualización

Debido a que la empresa ha generado nuevos clientes de manera consecutiva, esto ha permitido el desarrollo de las ventas por medio de estrategias que han impactado positivamente en la compañía a través de costos de transporte, entre los beneficios que repercuten sobre la compañía tenemos; ventas y pagos por medio electrónico, lo cual permite al cliente realizar transacciones desde su casa, y recibir los productos deseados, también podemos implementar el marketing por redes sociales y plataformas digitales, se implementaría la reinversión de la empresa con distribuciones de nivel local y regional.

Todo cambio trae sus beneficios y consecuencia, en este caso enfoquémonos en que si se trabaja bien obtendremos buenos beneficios y que a un futuro estaremos colocando la marca como una de las mejores que busca siempre la satisfacción de su clientela y el bien común, mejorando cada vez más en sus funciones para conseguir un buen producto.

Análisis de los procesos logísticos de distribución de la empresa RAMO S.A.

La empresa Ramo S.A se distingue por tener estrategia de distribución intensiva dado que los productos que esta empresa ofrece están ubicados en una gran cantidad de puntos de venta para lograr tener una mayor cobertura y lograr la maximización de ventas, teniendo de esta manera una mejor ganancia teniendo en cuenta los precios respectivos con respecto a la calidad de los productos obtenidos. Contando con puntos de distribución (supermercados grandes y medianos, tiendas de barrio, cafeterías, etc.), con entrega directa e indirecta, las ordenes se hacen visitando cada uno de los puntos de distribución o ventas, también se puede hacer por vía web o telefónica.

Véase el Anexo D: DRP Planificación de Requerimientos de Distribución

Ventajas del DPR de la empresa Ramo S.A

Protege las faltas en los servicios digitalizados; utiliza servicios informáticos ayudando a evitar fallas, la credibilidad y la confianza que se obtiene en los procesos tecnológicos Disminuir los riesgos generados por la ausencia de servicios: Dado que la empresa Ramo genera servicios rápidos y eficaces en el momento de generar déficit Aportar atención continua a los clientes, proveedores y entes que se encuentran dentro de la organización: Ayudara a la identificación de las falencias obtenidas, logrando la obtención de mejores decisiones

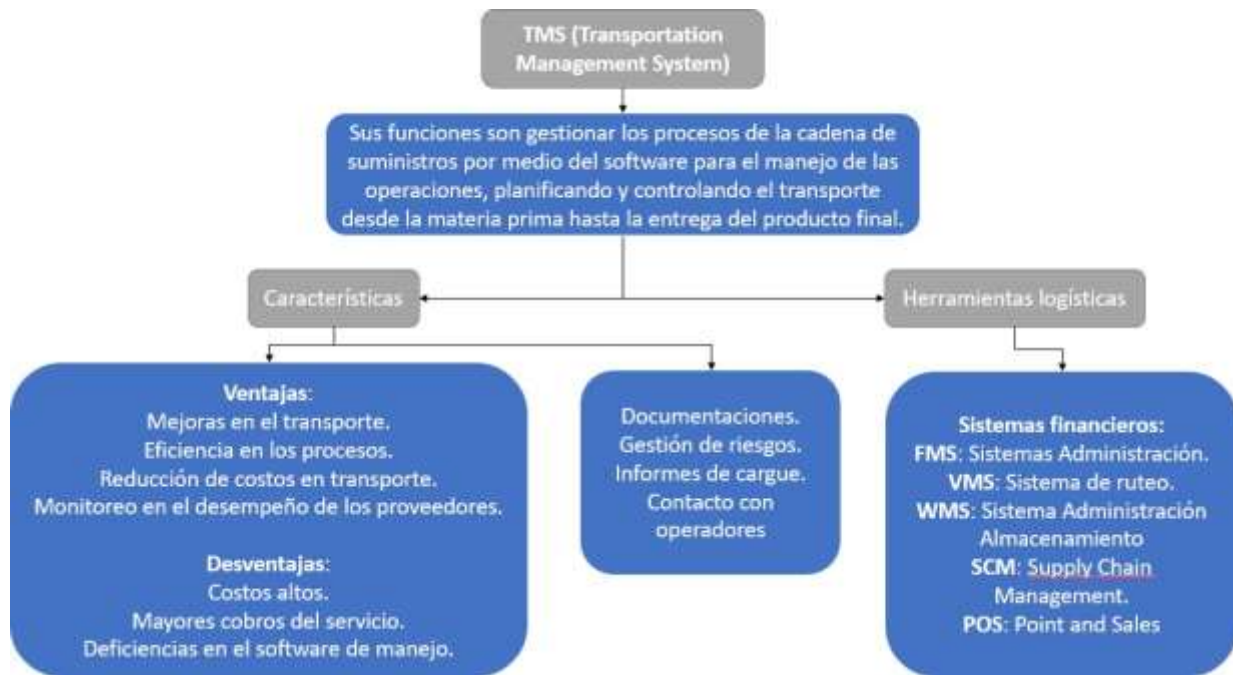
Desventajas del DPR en la empresa Ramo S.A

Altos costos en la inversión:

Esto es el costo que se tendrá al iniciar la estrategia DRP para la organización Ramo S.A pero luego se podrá recuperar lo invertido si se maneja de manera correcta Altos costos en el mantenimiento: Dado que es una herramienta de alto costo, los mantenimientos de esta misma también son altas.

El TMS

Ilustración 9. Mapa TMS.



Fuente: Elaboración propia.

Identificación de la estrategia de distribución en la empresa RAMO S.A.

En el caso de hacer la entrega de manera directa llega con sus productos empacados debidamente y con la calidad necesaria, en las estrategias DRP se ha utilizado debidamente como es la selección reclutando de manera rápida y correcta a cada uno de los intermediarios necesarios para la realización del producto con una alta calidad, Luego se basa en el proceso donde es necesario tener de manera correcta la planificación e implementación de los programas de formación para los distribuidores, se contiene también una motivación teniendo en cuenta que hay que tener en cuenta tanto los intermediarios como los clientes logrando así el posicionamiento de este mismo y por último se hará la respectiva evaluación tanto de las materias primas que entregan a la empresa como la calidad y la evaluación que le da cada uno de los clientes que se toman cada uno de los productos.

Modos y medios de transporte utilizados por la empresa RAMO S.A. en sus procesos de aprovisionamiento de materias primas y distribución de su producto terminado

Los modos de transporte utilizados principalmente son de carácter terrestre. Entre los medios de transporte que la empresa utiliza están los carros y camiones ya que los puntos de distribución son almacenes de grandes superficies y pequeños y medianos como las tiendas de barrio y cafeterías, entre otros. Este tipo de entrega se realiza de manera directa e indirecta a través de ordenes realizadas a la empresa mediante la utilización de canales comerciales.

Conveniencia de utilización de servicios de embarque directo en la empresa Ramo S.A.

Si se debiese propiciar en los clientes el uso de los servicios a través del embarque directo, debido a que tiene ventajas para ellos como el ahorro de costos en el caso del aumento de productividad de las instalaciones y la reducción de stock de mercancía que se encuentra en almacenamiento, además de contar con pedidos de baja demanda. Adicional a lo anterior tiene una reducción en los plazos de entrega, disminución de la manipulación del producto donde se eliminan pasos intermedios y aumento de la vida útil de la mercancía. Este último se debe tener en cuenta logrando que se pueda dejar un largo tiempo en las estanterías de los clientes

Viabilidad de implementación de estrategia de Cross Docking en la empresa Ramo S.A.

Cross-Docking es una estrategia que hace entrega de producto terminado para diferentes mercados y recibe materia prima e insumos de los diferentes proveedores. Esto ayuda a la preparación de pedidos sin ver la necesidad de tener un almacén, lo que ayuda a las empresas por aumentar su capacidad para la producción, menos costos, pero de igual manera hay que tener un alto grado de conocimientos técnicos para el reagrupamiento de paquetes. Se debe obtener un medio de transporte que tenga sincronización para que se ocupe el menor tiempo posible.

- Recepción de mercancía en planta o almacén
- Intercambio de información
- Control en la calidad
- Envío de mercancía en un tiempo máximo de 24 horas

En el caso de los proveedores tienen diferentes ventajas como son la reducción de gastos logísticos, facilita la alianza estratégica, mejora el servicio al cliente, simplifica las operaciones. Para la parte de los clientes las ventajas son mejor administración del inventario, reducción de averías y devoluciones y reducción del coste financiero del inventario.

Determinación de la estrategia adecuada para los negocios de la empresa Ramo S.A.

Existen tres tipos de distribución detalladas a continuación:

Intensiva: la empresa busca el mayor número de puntos de venta posible cubriendo una alta cobertura de tiendas, supermercados, entre otras, se utiliza con productos de poca diferenciación, materia prima o de uso corriente.

Selectiva: se buscan los intermediarios donde se seleccionan y los puntos de venta no son tantos, esta se utiliza para productos más diferenciados, donde se puede comparar los precios y la caracterización

Exclusiva: Es utilizada para los artículos de lujo con cierto prestigio o con una gran diferenciación y es de venta exclusiva, en el caso donde el fabricante da a mostrar un producto con característica diferenciador

En el caso de la empresa Ramo la estrategia que se tiene para la distribución es la intensiva dado que a pesar de que es una marca que es reconocida, se lleva a varios mercados que necesitan los productos que se tiene,

Debido a que la empresa ha generado nuevos clientes de manera continua, esto ha permitido el desarrollo de las ventas por medio de estrategias que han impactado positivamente en la compañía a través de costos de transporte, entre los beneficios que repercuten sobre la compañía tenemos; ventas y pagos por medio electrónico, lo cual permite al cliente realizar transacciones desde su casa, y recibir los productos solicitados. Además se puede implementar el marketing por

redes sociales y plataformas digitales, implementado reinversión de la empresa con distribuciones de nivel local y regional.

Las empresas de distribución deben trabajar el capital logrando la obtención de una máxima inversión. Es probable que con el tiempo las empresas se centraran en obtener capital, dado a las fuertes y acelerados cambios en la distribución, teniendo en cuenta la competencia de las empresas que van innovando en sus productos o servicios, El día de mañana por tal motivo la empresa tiene que ir creciendo en la innovación y dar sus productos con la mejor calidad posible.

Todo cambio trae sus beneficios y consecuencia, en este caso enfoquémonos en que si se trabaja bien obtendremos buenos beneficios y que a un futuro estaremos colocando la marca como una de las mejores que busca siempre la satisfacción de su clientela y el bien común, mejorando cada vez más en sus funciones para conseguir un buen producto.

Beneficios en la empresa con los cambios en la industria de la distribución.

Los beneficios de la empresa se centran en la gestión del almacenamiento, teniendo en cuenta que se incrementarán las ventas y habrá una alta rotación de los inventarios, lo que a su vez permite que haya una reducción sobre los costos generando estrategias adecuadas con los clientes para unas respectivas entregas de manera pronta, teniendo presente que se mantenga la calidad de los productos con el adecuado manejo, por lo cual, los canales de distribución podrán permitir entregas dentro de los tiempo y poder contar con un bajo costo de logística.

Mega Tendencias en Supply Chain Management y Logística

La Mega tendencias es una rotación inconstante del escenario; social, económico, político, y tecnológico, que trasforma de raíz el porvenir y puede describirse en escenarios probables.

Conceptualización y contextualización

Se está teniendo cambios en las empresas de manera rápida, las inversiones en las Mega tendencias se están volviendo indispensable en las organizaciones para lograr seguir dentro del mercado logrando así satisfacer las necesidades y requerimientos con los que cuentan los clientes.

Las inversiones deben desarrollarse en diferentes puntos como son el parte tecnológicogracias al big data, tecnología artificial, robótica entre otros; sin perder de foco lo político, social, económico y ambiental. Cada país debe contar con acuerdos que contribuyan a un beneficio mutuo donde ambas partes queden satisfechas.

Aspectos fundamentales de las mega tendencias en Supply Chain Management y Logística
– Mapa conceptual Véase Anexo E: Mega tendencias

Supply Management

Factores críticos de éxito que dificultan la implementación de esas mega tendencias, en las empresas colombianas y en la empresa RAMO S.A.

Para la implementación de las Mega tendencias en las empresas colombianas se pueden tener en cuenta dos factores críticos de éxito:

El primero es la innovación de la mano de la tecnología, como factor diferenciador para estar un paso más adelante que la competencia y el cual es un factor importante a nivel organizacional donde tener un plus te hace poseedor de funcionalidades únicas para la producción de bienes o prestación de servicios (Burda, 2015).

El segundo factor es el servicio de atención al cliente que debe superar lo que generalmente se encuentra en el mercado; de por sí ya es muy común encontrar empresas que trabajan de la mano con los clientes potenciales tomando sus apreciaciones como punto de partida, modificando sus planes de producción o simplemente como ellos desean que se les preste un servicio, posicionando al cliente como eje de la empresa y haciéndolo parte de ella.

Estos dos factores son parte fundamental de lo que podemos decir o expresar como Mega tendencias que pueden llegar a fortalecer o a destruir una empresa, por la cual la empresa debe estar bien organizada para recibir estos factores de una forma muy considerada la cual conllevaría a mejorar su crecimiento y fortalecerse en el mercado.

El factor tecnológico en estos tiempos es fundamental en el desarrollo de todo, desde nuestros hogares hasta las megaempresas. Esta tecnología siempre está de la mano con el cliente, porque el siempre será el que reciba ese producto y lo evalúe, colocando este producto en el mejor o peor del mercado.

Para identificar cuáles son los factores que afectan a la hora de implementar las mega tendencias en las empresas colombianas debemos tener en cuenta que Colombia es un país subdesarrollado que sufre de un atraso tecnológico, lo cual ha sido uno de los problemas más

constantes que tienen las empresas, su tenencia ha implicado depender de otros países que ofrecen la nueva tecnología o prácticas a precios bastante elevados.

Ahora bien, las empresas en Colombia cuentan con un músculo financiero débil ante las necesidades del mercado y la respuesta a la producción su poca facilidad de adquirir personal capacitado, herramientas y espacios son variantes que afectan la implementación de las mega tendencias.

En el caso del rastreo en Colombia hay empresas que ya cuentan con esta fortaleza en el mercado como: Servientrega, Envía y Deprisa, a los envíos se les puede hacer seguimiento por medio de GPS contando la información en tiempo real desde su despacho en bodega hasta la entrega final al consumidor y/o cliente.

Adicional contamos con otros factores que no deja avanzar rápidamente los cuales son la cobertura de internet con la que cuenta el país es limitada y en ocasiones no se puede generar la utilización del GPS; otro factor que ha afectado a las empresas colombianas es la insuficiencia en cuanto al conocimiento e implementación de la revolución industrial 4.0, y los beneficios de esta como la inteligencia artificial, los robots colaborativos, la digitalización y la nanotecnología.

Por último, todas las empresas deben darle la importancia necesaria a las mega tendencias dado que su implementación a la cultura, producción genera innovación a los productos y servicios; los beneficios que ofrecen son tales como el cumplimiento a tiempo de los proveedores, la unión entre la producción y la entrega del producto o servicio dado al mercado y la satisfacción de entregar un producto sostenible y prometido al cliente final, cumpliendo las misión y visión de las empresas en Colombia.

Conclusiones

En este trabajo podemos concluir que se detalló los requerimientos de distribución de la empresa Ramo S.A y la manera en la que afecta esta distribución a la empresa, también se demostró que hay una gran variedad de ventajas que lograra ayudar a la empresa a crecer de manera rápida y a seguir en la ventaja competitiva. Otra conclusión que podemos obtener a través del tema en desarrollo, son las diferentes maneras que se pueden emplear para buscar el éxito de la compañía a través de soluciones para los problemas de distribución y trasporte que se puedan emplear para la organización, ya que se pueden emplear métodos que permiten analizar y corregir las estrategias de distribución y trasporte. Podemos llegar a la conclusión que buscando todos las alternativas posibles se puede implementar mejores procesos en el desarrollo de nuestra empresa, por eso todo esto se ve plasmado en este diseño que fortalece cada vez la capacidades de cada uno para encontrar soluciones en la organización de nuestro negocio, ayudando cada vez a estructuras cada columna que hace parte en el desarrollo de Ramo, el cual demuestra que es una empresa realmente estructurada, buscando siempre mejorar en todas las condiciones para cumplir con una distinguida clientela y estar al alcance de los más altos estándares que se representan en el mercado.

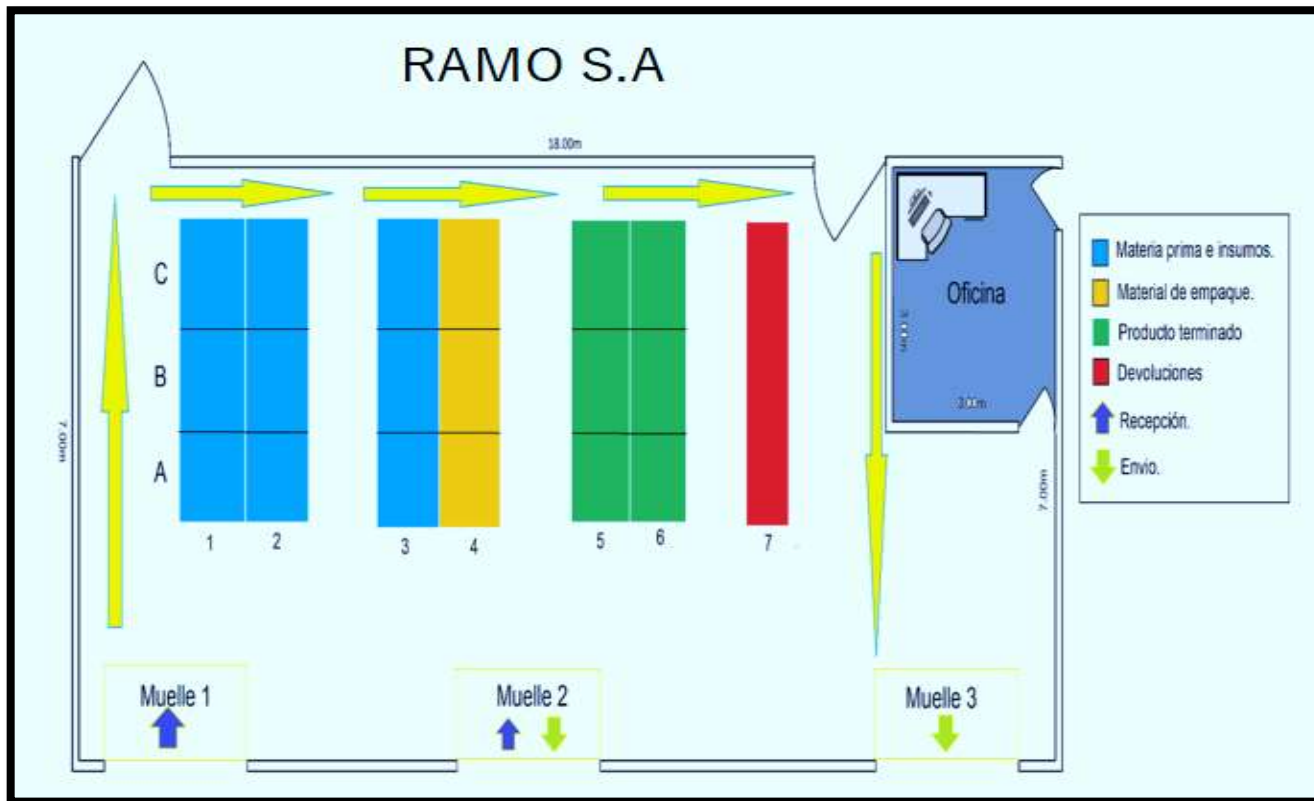
Cumpliendo con todo esto podemos llegar a decir que Ramo se encuentra cada vez fortaleciendo su participación en el mercado y siendo una marca fuerte y empoderada en el mercado.

Bibliografía

- Banco Mundial. (11 de 08 de 2022). *Índice de Desempeño Logístico*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/LP.LPI.OVRL.XQ>
- Belmonte O, R. (10 de 08 de 2022). *Customer Relationship Management*. Obtenido de <https://slideplayer.es/slide/14416050/>
- Burda, A. (2015). Challenges and strategic trends in modern logistics and supply chain management: Acces la success. *Calitatea*, 16, 60-64. Obtenido el 20 de Junio de: <https://search-proquest-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/docview/1694670666?accountid=48784>
- Castellanos, R. A. (2009). Manual de gestión logística del transporte y distribución de mercancías. Bogotá, CO: Universidad del Norte. Obtenido el 12 de Junio de <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/69792>
- Garrido M, A. (2008). *la gestión de relaciones con clientes (crm) como estrategia de negocio: desarrollo de un modelo de éxito y análisis empírico en el sector hotelero español*. obtenido de https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/4606/tdr_garrido_moreno.pdf
- Jain S, C. (2005). “CRM shifts the paradigm”. *Journal of Strategic Marketing*, .
- Martel y Bustamante, R. P. (2015). *El marketing relacional y la competitividad de las empresas del sector hotelero en la ciudad de Huánuco*. Obtenido de <https://repositorio.unheval.edu.pe/handle/20.500.13080/2139>
- Pinzón, B. (2005). Distribución. Presentaciones. Obtenido el 12 de junio de <http://hdl.handle.net/10596/5666>
- Pinzón, B. (2005). DFI. Obtenido el 12 de Junio de <http://hdl.handle.net/10596/5669>
- SOCIAL, C. N. (s.f.). Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3982.pdf>

Anexos

Anexo A Plano del Layout Actual empresa RAMO S.A.




Fuente: Elaboración propia.

Anexo B Plano del Layout propuesto, justificando los cambios realizados para la empresa RAMO S.A.



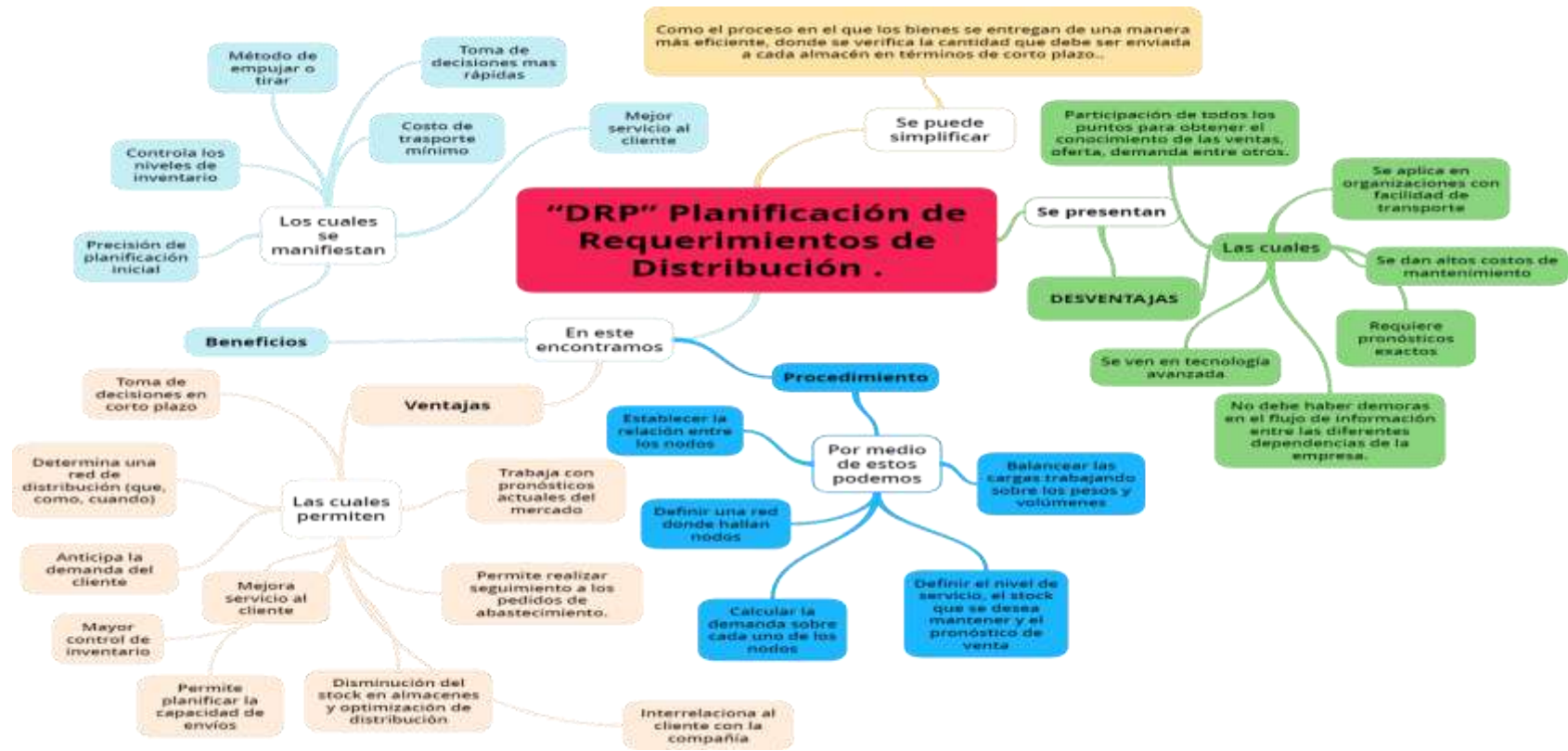
Fuente: Elaboración propia

Anexo C Resultados Evaluación Proveedor Itacol de Occidente S A

		EVALUACIÓN DE PROVEEDORES DE RAMO S.A		CÓDIGO: GAD-FO-06		
				VERSIÓN: 2		
				VIGENCIA: FEBRERO 11 DE 2021		
				PÁGINA: 1 de 1		
NOMBRE DEL PROVEEDOR:				NIT PROVEEDOR		
NÚMERO DE CONTRATO				PERÍODO DE EVALUACIÓN		
<i>Diligencie la siguiente información marcando con una "x" todos los criterios</i>						
CARACTERÍSTICAS		SELECCIÓN	CRITERIOS			CALIFICACIÓN
Cumplimiento en bienes (Para contrato de servicios marcar No Aplica)	Entrega de Bienes según fecha	4	No aplica			
		4	Cumple siempre o entrega antes de lo pactado.			
		4	Incumple eventualmente			
	Entrega Bienes Cantidad	4	No aplica			
		4	Siempre cumple con las cantidades pedidas o comprometidas			
		4	Algunas veces no cumple con las cantidades pedidas o comprometidas			
		4	Generalmente incumple con las cantidades pedidas o comprometidas			
Cumplimiento en servicios (Para contrato de bienes marcar No Aplica)	Entrega servicios según fecha	4	No aplica			
		4	Cumple siempre o entrega antes de lo pactado.			
		4	Incumple eventualmente			
	Entrega servicios cantidad	4	No aplica			
		4	Siempre cumple con las cantidades pedidas o comprometidas			
		4	Algunas veces no cumple con las cantidades pedidas o comprometidas			
		4	Generalmente incumple con las cantidades pedidas o comprometidas			
Calidad	Conformidad	4	No aplica			
		4	Siempre cumple con la calidad del producto o servicio prestado			
		4	Algunas veces cumple con la calidad del producto o servicio prestado			
	Capacidad de respuesta	4	No aplica			
		4	Atiende compras urgentes de forma inmediata.			
		4	La capacidad para cumplir urgentes no es la suficiente.			
		4	No tiene capacidad de cumplimiento.			
Cuestión	Seguridad Social	4	No aplica			
		4	La atención al pago de seguridad social es oportuna			
		4	La atención al pago de seguridad social es inoportuna			
	Facturación	4	No aplica			
		4	La facturación es oportuna			
		4	La facturación es ocasional			
		4	No cumple oportunamente con la facturación.			
Post contractual	Reclamaciones	4	No aplica			
		4	Atiende oportunamente las reclamaciones presentadas			
		4	Atiende ocasionalmente las reclamaciones presentadas			
	Servicio post venta	4	No aplica			
		4	La asesoría es oportuna y acertada			
		4	La asesoría es ocasional			
		4	No presenta servicio de asesorías			
		30 - 70	Recomendado	#1 VALOR!	#1 VALOR!	#1 VALOR!
		+ 70	No Confiable			
CALIFICACIÓN DEFENSA	CATEGORÍA	CLASIFICACIÓN				
100 - 99	A	Confiable, cumple ampliamente los requisitos para asegurar la calidad de los productos. Prefiere al comprar.				
99 - 70	B	Aceptable, cumple satisfactoriamente con requisitos para asegurar la calidad de lo suministrado.				
< 70	C	No confiable, los productos suministrados deben ser sometidos a inspecciones rigurosas. Requiere de asesoría y seguimiento permanente. Comprare cuando el proveedor de CATEGORÍA A y B ya pueda cumplir				
OBSERVACIONES:						
CLASIF. DE CONFIDENCIALIDAD	IPB	CLASIF. DE INTEGRIDAD	A	CLASIF. DE DISPONIBILIDAD	1	

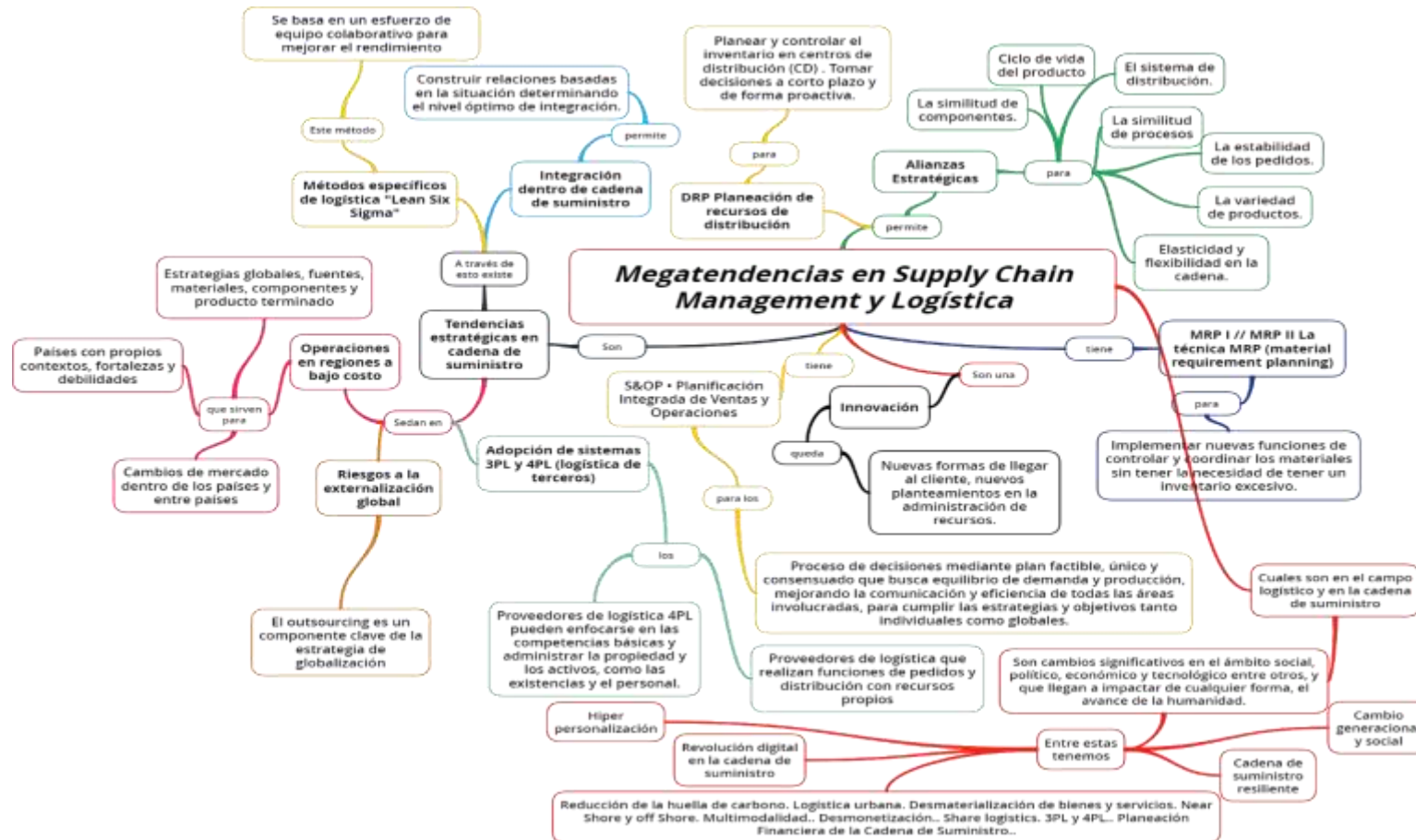
Fuente: Elaboración Propia

Anexo D *DRP Planificación de Requerimientos de Distribución*



Fuente: Elaboración Propia

Anexo E Mega tendencias Supply Management



Fuente: Elaboración Propia
