

ESPECIALIZACIÓN



Afiliada a la Asociación Colombiana de Universidades "ASCUN"

GERENCIA

Modelo cadena de valor reabastecimiento: Caso empresa

La central
de abastos
de la esquina

surti
MAYORISTA ✓
Economía para usted y su negocio

Lenin Edgardo Quiroga Castro
Nilson Albeiro Gutiérrez Umaña
Wilver Santana Murcia
Fecha: 28 de Abril de 2018

Identificación del Problema

Surtimayorista es un modelo de negocio llamado B2B copiado en Brasil "Assai". Enfocado en la venta y comercialización de productos de empresa, para empresas.

Se concentra en 4 tipos de clientes:

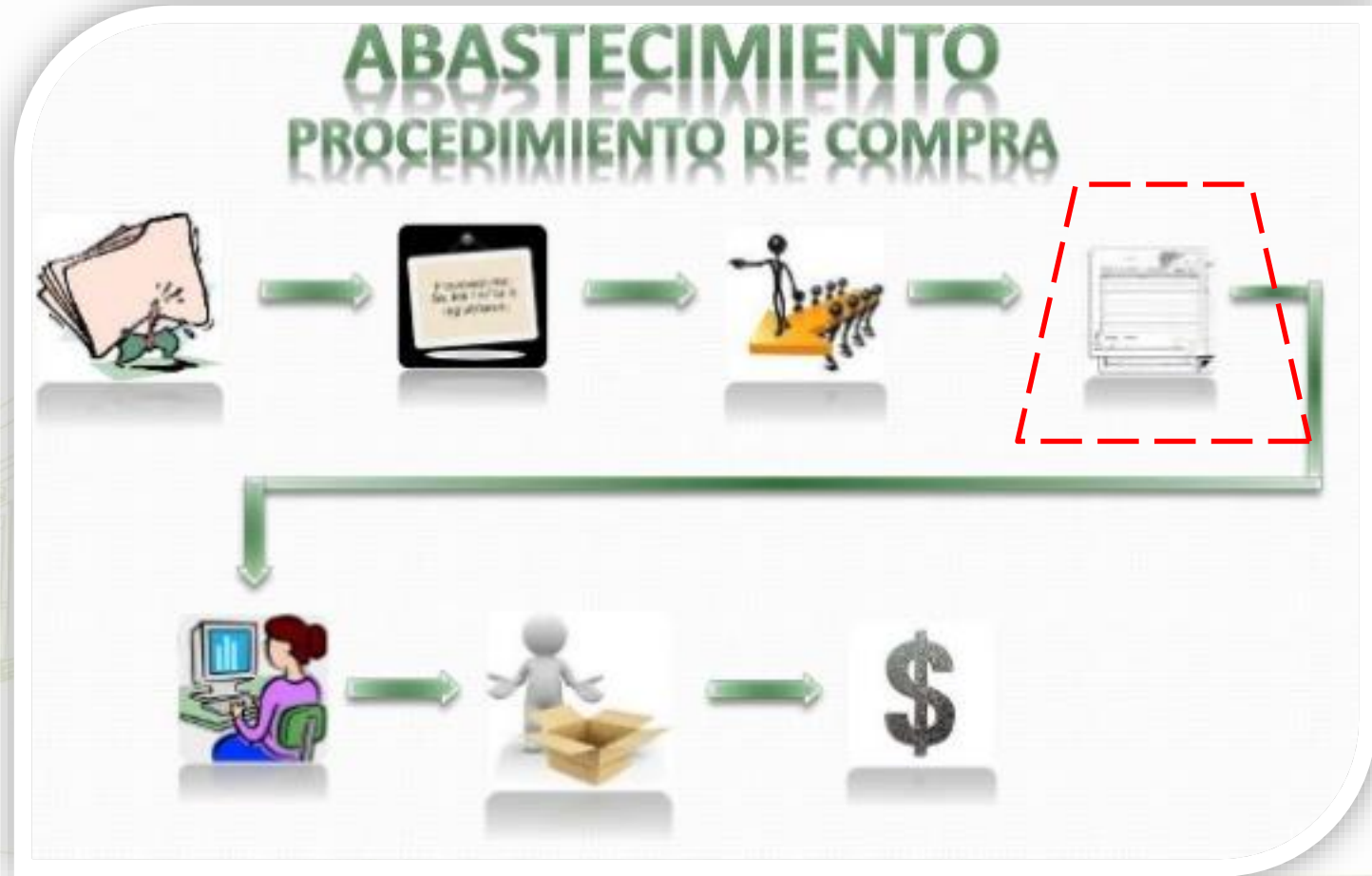
Cliente Final, Tenderos, Transformadores e Institucional.



ABASTECIMIENTO RELACIONES CON OTROS DEPARTAMENTOS



- Producción
- Mercadotecnia
- Recibo
- Operación



¿Cuáles son las problemáticas que se generan cuando no existe un proceso claro de un modelo de cadena de valor del reabastecimiento caso empresa Surtimayorista?

De acuerdo con lo anterior se plantean las siguientes Variables a resolver:

- ¿Cómo Identificar las principales técnicas de Cadena de Valor que influyen en el proceso de reabastecimiento, soportado en un modelo de eficiencia para medir la rentabilidad de la empresa?
- ¿Cuáles son las variables más representativas que dan valor a la cadena de Reabastecimiento?
- ¿Qué beneficios trae crear un modelo Cadena de Valor?
- ¿Proponer un plan que analice la competitividad del modelo de cadena de Valor en los procesos de abastecimiento en la tienda Surtimayorista?

Objetivos

General

- ✓ Identificar un modelo de Cadena de Valor que influye en el proceso de reabastecimiento para mejorar la eficiencia de la empresa Surtimayorista.

Específicos

- ✓ Describir las variables más representativas que dan valor a la cadena de Reabastecimiento.
- ✓ Determinar los beneficios del modelo Cadena de Valor propuesto.
- ✓ Proponer el modelo de cadena de Valor en los procesos de abastecimiento para mejorar la eficiencia de la Organización: caso de la empresa Surtimayorista.

Marco Teórico

Antecedentes

Gutiérrez, V &
Jaramillo, D. (2009)

Reseña del software
disponible en
Colombia para la
gestión de
inventarios en
cadenas

Ramírez, C
(2010)

Modelo de entregas
directas para la
reducción de costos
logísticos de distribución
en empresas de consumo
masivo. aplicación en
una empresa piloto de
caldas

Estupiñan, J &
Guayana, J (2009)

Análisis de los
aspectos cualitativos
que afectan la cadena
de abastecimiento
agroindustrial de la
palma de aceite

Marco Teórico

Bases Teóricas

Porter Michael
(1986)

Cadena de Valor: Es una forma de análisis de la actividad empresarial mediante la cual se descompone una empresa. Buscando identificar fuentes de ventaja competitiva en aquellas actividades generadoras de valor.

Ballou H, Ronald
(2004)

Cadena de suministros o de abastecimiento: Son una secuencia de procesos y flujos que tienen lugar dentro y fuera de la empresa. Buscan satisfacer las necesidades de los clientes.

Monterroso Elda
(1999)

Abastecimiento: Sistema productivo necesita obtener sus recursos del exterior. Es por esos que el proceso de abastecimiento. Conjunto de operaciones de la empresa que ayudan a obtener esos recursos en las mejores condiciones posibles (Cantidad, calidad, precio y tiempo).

Marco Teórico

Zamora T, América
(2004)

La Rentabilidad: Es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa,

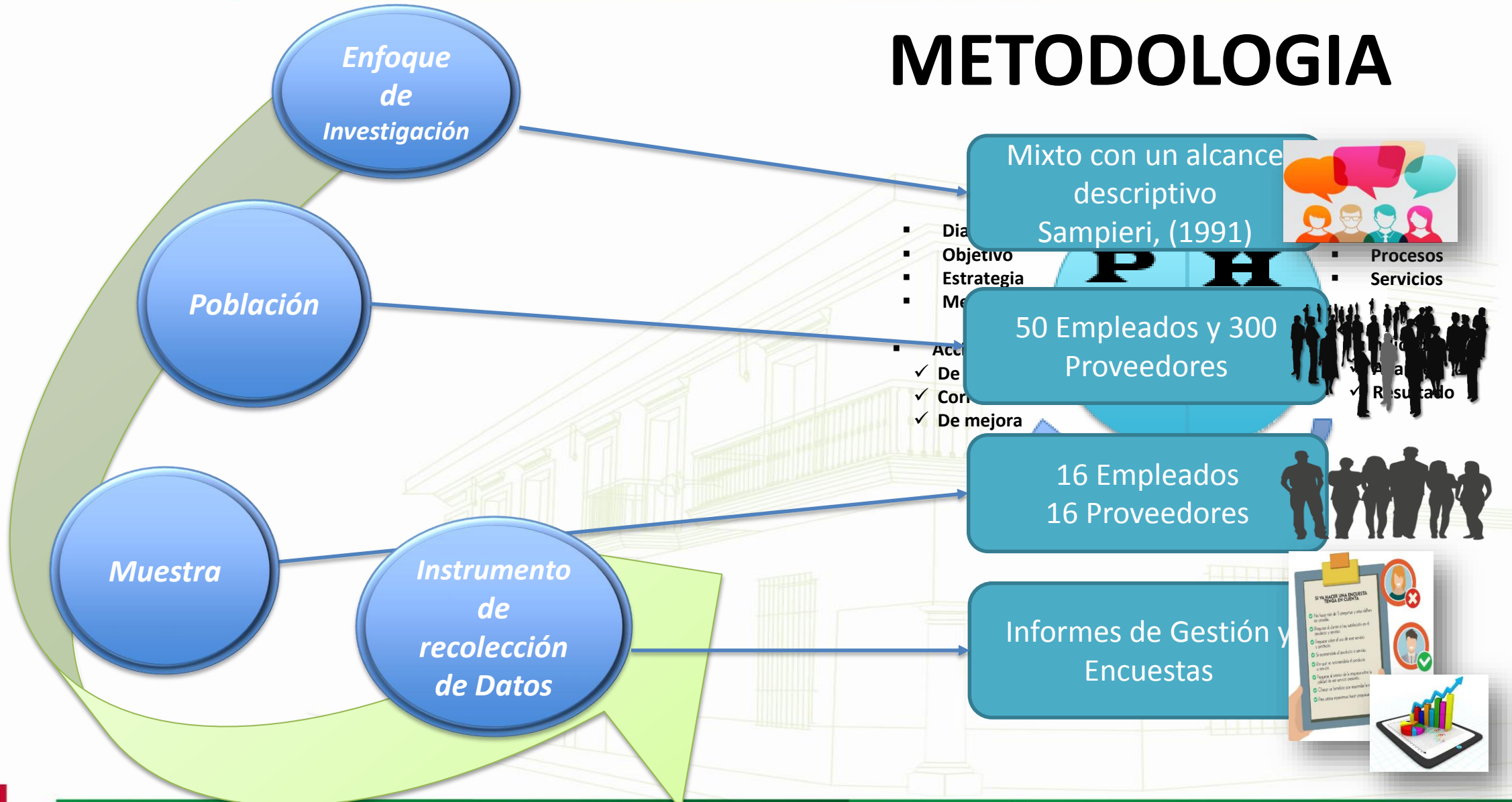
Porter Michael
(1986)

Teoría de la Competitividad: se refiere a la interacción de las diferentes áreas de la empresa, estas pueden ser manipuladas para generar ventajas, dictando lo que son las fuerzas del mercado y de la cadena de valor.

Revista Logistweb
(2008)

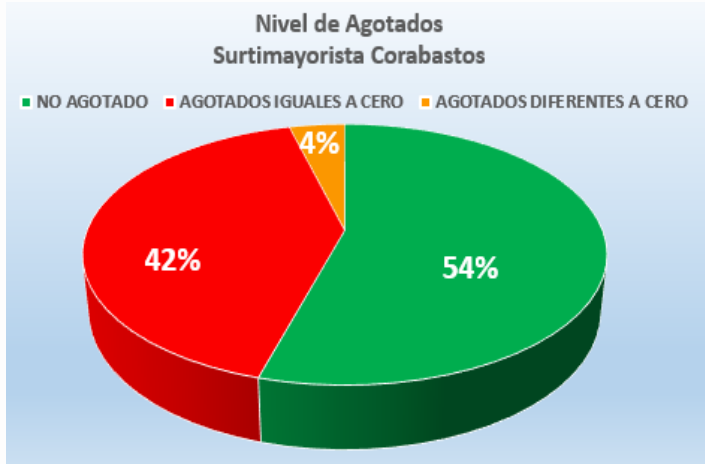
Relación de la Logística y la Cadena de Suministros: La relación sería la optimización de la cadena de suministros, entendida ésta como el conjunto de actividades integradas

METODOLOGIA

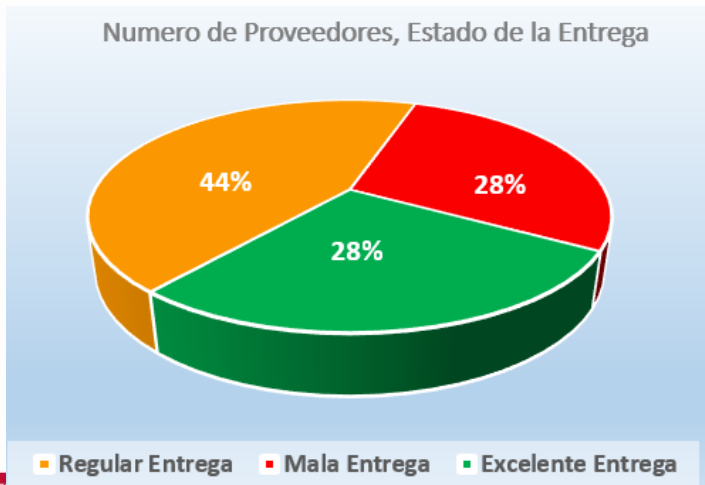


Resultados

Indicadores de Gestión



Numero de Proveedores, Estado de la Entrega



Informe de Ventas Acumuladas cierre 2017



Variables mas Representativas



Negociador Actual	Suma de \$ Ventas sin impuestos	
	Total general	participacion
Alimentos Perecederos	\$ 13.436.117.345	18%
Productos de Aseo Hogar y Familiar	\$ 8.520.905.733	11%
Alimentos De la Canasta Familiar	\$ 38.420.593.132	51%
Productos Líquidos y Licores	\$ 15.209.359.105	20%
Total general	\$ 75.586.975.315	100%

Encuestas

Cliente Interno (Empleados)

EMPLEADOS SURTIMAYORISTA

La siguiente encuesta se dirige a los trabajadores de la Empresa Surtimayorista para medir el nivel de conocimiento de los procesos que se dan en el área de abastecimiento.

Nota: gustaría contar su opinión para seguir mejorando nuestra compañía. Retiene esta línea encuesta y díganos sus preferencias (sus respuestas son anónimas).

Obligatorio

Área *
Tu respuesta: _____

Cargo *
Tu respuesta: _____

Edad *
Tu respuesta: _____

Sexo *

Femenino

Masculino

Nivel de estudio *

Bachillerato

Pregrado

Postgrado

¿Usted afirmaría que cuando hace algún pedido? *

Llega antes del tiempo esperado.

Llega justo en el tiempo esperado.

Llega retrasado.

Durante el 2017, ¿en cuántos pedidos ha experimentado retrasos? *

5

10

15

Más de 15

¿Su empresa realiza pre selección y selección de proveedores estratégicos? *

Sí, se maneja de forma permanente

Sí, pero no estamos satisfechos con los resultados

No, pero reconocemos que es necesario realizarlo

No, y desconocemos como realizarlo

No se considera necesario

Cliente Externo (Proveedores)

Anexo 5 Formato de la encuesta 2 (Clientes)

CLIENTES SURTIMAYORISTA

Estamos comprometidos con nuestros clientes, por tal motivo nos gustaría conocer tu opinión para seguir mejorando el área de abastecimiento. Retiene esta línea encuesta y díganos qué piensas (sus respuestas son anónimas).

Obligatorio

¿En caso de haber tenido alguna queja o reclamo fue resuelta oportunamente y a satisfacción? *

Muy bueno

Bueno

Malo

Muy malo

¿Valore la atención y asesoramiento recibidos en la tramitación de pedidos, información, etc...? *

Muy bueno

Bueno

Malo

Muy malo

¿Valore el cumplimiento de los plazos de entrega? *

Muy bueno

Bueno

Malo

Muy malo

¿Valore el servicio logístico (embalaje, transporte)? *

Muy bueno

Bueno

Malo

Muy malo

¿Qué aspecto o aspectos han tenido más relevancia en su decisión de compra? *

Precio

Calidad del Servicio

Plazo de Entrega

Servicio Al Cliente

Servicio Técnico Pos venta

Prestigio de Marca

Otros: _____

¿Cree que nuestro servicio es mejor que el de otras empresas del sector? *

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

En Desacuerdo

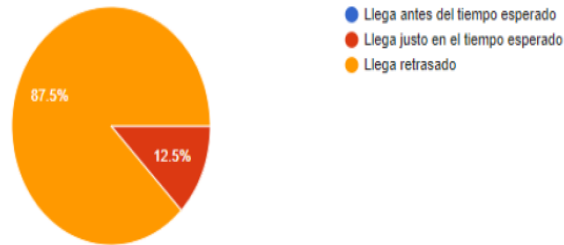
Totalmente En Desacuerdo

Resultado Encuestas

Cliente Interno Empleado

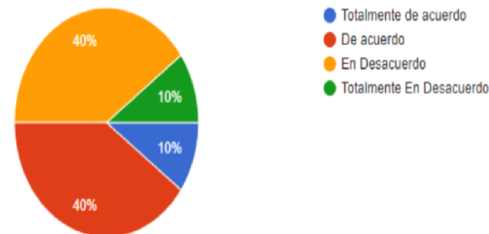
¿Usted afirmaría que cuando hace algún pedido?

16 respuestas



¿Cree que nuestro servicio es mejor que el de otras empresas del sector?

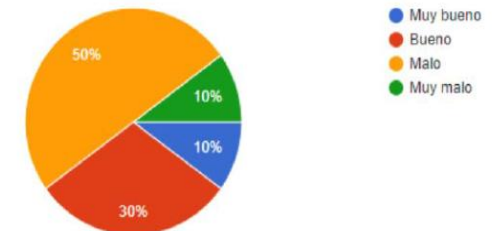
10 respuestas



Cliente Externo Proveedor

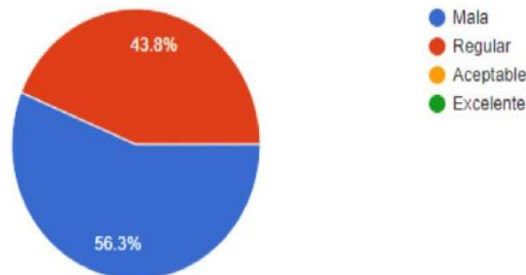
¿Valore la atención y asesoramiento recibidos en la tramitación de pedidos, información, etc....?

10 respuestas



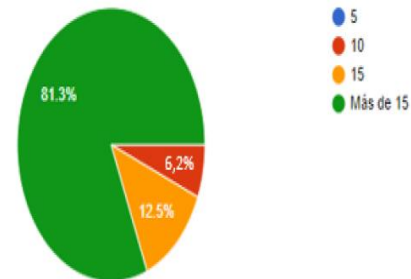
¿Cómo califica la puntualidad de los servicios de entrega?

16 respuestas



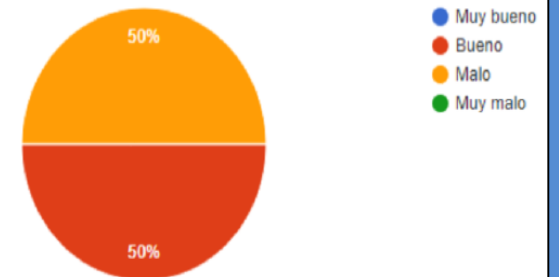
Durante el 2017, ¿en cuántos pedidos ha experimentado retrasos?

16 respuestas



¿Valore el cumplimiento de los plazos de entrega?

10 respuestas



Plan de Acción

Realizar un diseño funcional para que los programadores del grupo éxito creen un software para montar pedidos



Propuesta

Figura 42 Modelo en Excel *PedidoSugerido V1*

Pedidos										ANÁLISIS Y GESTIÓN PEDIDO SUGERIDO																						
Tienda	Sublinea	Cod. Proveedor	Descripción Proveedor	Piu	EAN	Descripción EAN	Unidad de Compra	Pedido Sugerido	Ventas últimas	OFERTA	DIAS SUGERIDOS																					
Unidad de Compra	Unidades	Emb	Unidades	INV	MIN	VM	DR	FR	CF	Mix	OV	Fecha Inicial	Fecha Final	Stock Teórico	Pedido Sug	Unidades Pend	Días Sug															
4707_Surtimay	91_FARM	805006991	J.G.B. S.A. 061	6334	770256000362	ALGOODN ZIG-ZAG	C	18	2	36	254	12	3,8	8	L	23	11,5	19,2	#	S	9/04/2018	15/04/2018	66,2909	9,39								
4707_Surtimay	97_LIMPI	805006991	J.G.B. S.A. 061	67581	7702560033032	BLANQ YES FLORAL +BLANQUEADOR	C	6	11	66	439	12	6,7	8	L	40,4	20,2	33,7	#	S	9/04/2018	15/04/2018	65,198	9,80								
4707_Surtimay	98_ASEO	805006991	J.G.B. S.A. 061	688203	7702560006432	CREMA DENTAL NINOS	C	96	2	192	163	12	4,3	8	L	25,8	12,9	21,5	#	S	9/04/2018	15/04/2018	37,907	44,55								
4707_Surtimay	98_ASEO	805006991	J.G.B. S.A. 061	820772	7702560038402	CREMA DENTAL TRIPLE ACC *45ML	C	96	24	2304	3166	12	73,5	8	L	441	220	367	#	S	9/04/2018	15/04/2018	43,9944	31,36								
4707_Surtimay	98_ASEO	805006991	J.G.B. S.A. 061	453313	7702560010484	C DENTALFLUOCARDENTX50+CEPILLO	C	96	2	192	2560	12	36,7	8	L	220	110	183	#	S	9/04/2018	15/04/2018	69,8192	5,24								
4707_Surtimay	98_ASEO	805006991	J.G.B. S.A. 061	203684	7702560010965	CREM D FLUOCARDENT*75g TIACCIO	C	72	21	1512	1397	12	38,6	8	L	232	116	193	#	S	9/04/2018	15/04/2018	36,1917	39,17								
4707_Surtimay	67_PAPE	901023804	TERMOPACK COLOMBIA SAS	430913	7709990480399	VASO 7mx50	C	102	250	25500	546	12	303,1	4	L	1819	909	1516	#	CF	S	CV	9/04/2018	15/04/2018	7,80139	84,13						
4707_Surtimay	96_ASEO	860000751	HENKEL COLOMBIANA S.A.S	846607	7702045557787	CREMA TIPOX18	C	24	1	24	74	12	1,6	6	L	9,4	4,7	7,83	#	S	9/04/2018	15/04/2018	47,234	15,32								
4707_Surtimay	96_ASEO	860000751	HENKEL COLOMBIANA S.A.S	846635	7702045553253	CREMA RISOSX18	C	24	3	72	88	12	2,3	6	L	13,8	6,9	11,5	#	S	9/04/2018	15/04/2018	38,2609	31,30								
4707_Surtimay	96_ASEO	860000751	HENKEL COLOMBIANA S.A.S	1118829	7501159416861	XTREME GEL PROFESIONAL 24/100g	C	24	4	96	137	12	3,5	6	L	21,2	10,6	17,7	#	S	9/04/2018	15/04/2018	38,7736	27,17								
4707_Surtimay	98_ASEO	860000751	HENKEL COLOMBIANA S.A.S	713185	7702045553222	BALANCE GEL CLI HOMB 10-5GR	C	24	3	72	121	12	3,0	6	L	17,8	8,9	14,8	#	S	9/04/2018	15/04/2018	40,7865	24,27								
4707_Surtimay	98_ASEO	860000751	HENKEL COLOMBIANA S.A.S	713152	7702045553253	BALANCE CREAM CLI MUJER 11-5GR	C	24	6	144	251	12	5,9	6	L	35,6	17,8	29,7	#	S	9/04/2018	15/04/2018	42,3034	24,27								
4707_Surtimay	98_ASEO	860000751	HENKEL COLOMBIANA S.A.S	618100	7702045553208	DESODORANTE MINI CREAMA CLINICAL	C	12	11	132	142	12	4,1	6	L	24,8	12,4	20,7	#	S	9/04/2018	15/04/2018	34,3548	31,94								
4707_Surtimay	98_ASEO	860000751	HENKEL COLOMBIANA S.A.S	713106	7702045553246	BALANCE CREAM CLI HOMBRE 11-5GR	C	24	3	72	176	12	4,0	6	L	23,8	11,9	19,8	#	S	9/04/2018	15/04/2018	44,3697	18,15								
4707_Surtimay	98_ASEO	860000751	HENKEL COLOMBIANA S.A.S	617890	7702045556865	DESODORANTE MINI ROLLON XTREME	C	12	17	204	185	12	6,1	6	L	36,4	18,2	30,3	#	S	9/04/2018	15/04/2018	30,4945	33,63								
4707_Surtimay	98_ASEO	860000751	HENKEL COLOMBIANA S.A.S	619603	7702045553215	DESODORANTE MINI CREAMA CLINICAL	C	12	11	132	297	12	6,7	6	L	40	20	33,3	#	S	9/04/2018	15/04/2018	44,55	19,80								

Figura 26 Diseño herramienta de compras

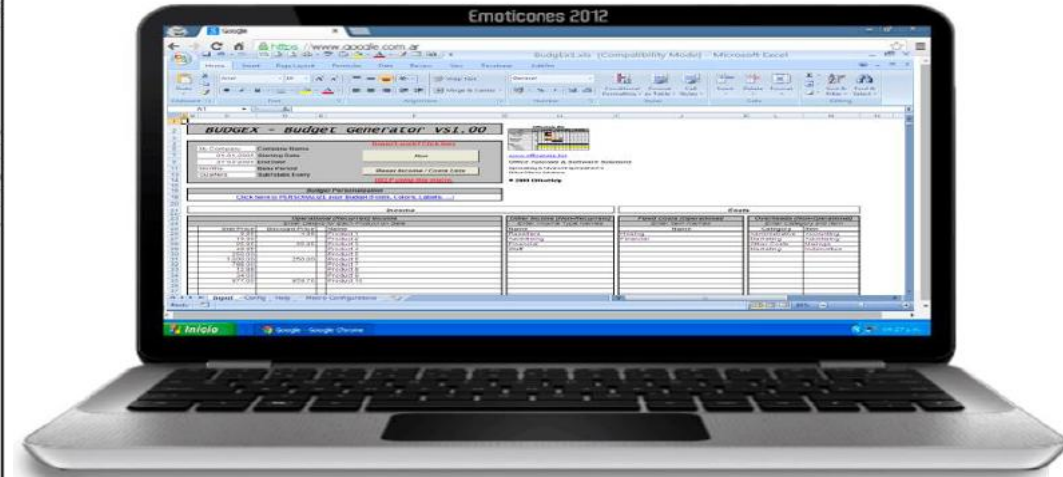
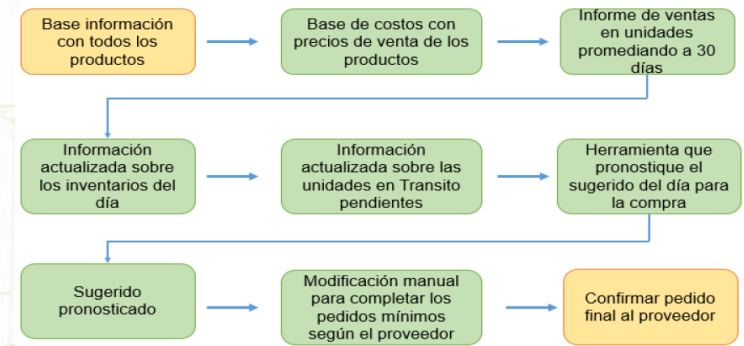


Figura 25 Diseño funcional modelo abastecimiento



Conclusión

El modelo que queremos proponer reducirá sustancialmente el margen de error que se tenía para el pronóstico de pedidos, utilizando información actualizada, que compare la venta diaria con los posibles agotados, con el fin de generar de inmediato un sugerido al proveedor que sea acorde a las necesidades que existen. Este análisis considera factores importantes como son:

- Los pedidos pendientes.
- Tiempo de reposición del proveedor.
- Período de cubrimiento bajos
- Reposición de productos claves (Canasta Familiar).
- Predicciones y negociaciones más claras enfocándose en los productos con mayor demanda y el cual se podrá tener volumen, con una mayor demanda.



Conclusión

Como conclusiones en las variables mas representativas que dan valor al proceso del reabastecimiento:

- Es la relacionado con la Eficiencia de los procesos.
- Ventajas competitiva en relación con la infraestructura y los años de experiencia en el mercado.
- Satisfacción al Cliente. Teniendo a tiempo los productos

Como conclusiones en los beneficios encontramos que podemos generar ventaja competitivas en la empresa:

- Reducción de costos para la empresa en un 20%.
- Productos mas económicos para el cliente.
- Satisfacción al Cliente. Teniendo tiempo óptimos en la compra de los productos

Como conclusiones en la proponer la propuestas, es la implementación al área de abastecimiento el modelo que garantiza la compra oportuna y la llegada a tiempo de las ordenes de compra a los proveedores



Bibliografía

Alonso , A., & Fabeiro, A. (2013). COMPRAS ALINEADAS, ESLABÓN ESTRATÉGICO DE LA CADENA. *REVISTA ELOGISTICA ENFASIS*.

Amador R, A., & Romero C, G. (2013). EVALUACION DE LOS MACRO PROCESOS DE LA GERENCIA DE LACADENA DE ABASTECIMIENTO EN EMPRESAS HOSPITALARIAS DE BOGOTA., (pág. <http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/4004/AmadorAna2013.pdf?sequence=1>). BOGOTA.

Baca U, G. (1987). *EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. MÉXIC: MCGRAW-HILL. Obtenido de EDITORIAL MCGRAW-HILL, MÉXICO, 1987

Ballou H, R. (2004). *LOGISTICA ADMINISTRACION DE LA CADENA DE SUMINISTROS QUINTA EDICION*. Obtenido de https://ulisesmv1.files.wordpress.com/2015/08/logistica_administracion_de_la_cadena_de_suministro_5ta_edicion_-_ronald_h_ballou.pdf

Benavides , J., Manrique P, L., & Peláez V , P. (2015). DISEÑO DE UN MODELO DE ABASTECIMIENTO DE INSUMOS PARA LA GESTIÓN DE COMPRAS DE LA EMPRESA SALSAS ADEREZOS S.A., (pág. 44). MEDELLIN.

Benavides V, J., Manrique P, L., & Pelaez V, P. (2015). *DISEÑO DE UN MODELO DE ABASTECIMIENTO DE INSUMOS PARA LA GESTIÓN DE COMPRAS DE LA EMPRESA SALSAS ADEREZOS S.A.* MEDELLIN.

Chopra & Meindil. (2008). *Administración de la cadena de suministro*. MEXICO: Pearson Educación.

Bibliografía

Estupiñan, J., & Guayana, J. (2009). *ANÁLISIS DE LOS ASPECTOS CUALITATIVOS QUE AFECTAN LA CADENA DE ABASTECIMIENTO AGROINDUSTRIAL DE LA PALMA DE ACETIE*. BOGOTÁ.

Frances A. (2001). *ESTRATEGIAS PARA LA EMPRESA EN LA AMÉRICA LATINA*. CARACAS: EDICIONES IESA.

Ganeshan R, & Harrison P. (1995). *UNA INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO*. EEUU.

Garcés, C. (2010). <http://www.bdigital.unal.edu.co/1859/2/carlosduvangarcesramirez20101.pdf>.

Garcés, C. (2010). *MODELO DE ENTREGAS DIRECTAS PARA LA REDUCCIÓN DE COSTOS LOGÍSTICOS DE DISTRIBUCIÓN EN EMPRESAS DE CONSUMO MASIVO. APLICACIÓN EN UNA EMPRESA PILOTO DE CALDAS*.

Gutierrez , V., & Jaramillo, D. (2009). *RESEÑA DEL SOFTWARE DISPONIBLE EN COLOMBIA PARA LA GESTIÓN DE INVENTARIOS EN CADENAS*.

Gutierrez P, R. (8 de Noviembre de 2017). *Creación y agregación de valor a partir de la gestión de la cadena de suministro*. Obtenido de <https://revistadelogistica.com/logistica/creacion-y-agregacion-de-valor-a-partir-de-la-gestion-de-la-cadena-de-suministro/>



GRACIAS POR SU ATENCIÓN

Más de Medio Siglo Educando en Valores

UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA



www.ugc.edu.co

Bogotá D.C. - Armenia