**Capitulo 1:**

**¿Por qué el movimiento actual hacía el establecimiento de cadenas de suministros se califica como una revolución?**

Por qué se cambiaron las formas de cómo se realizaba antes para realizar la mejora continua de cada uno de los procesos que involucran a la cadena de suministros

**Compare el concepto de una cadena de suministros moderna con los canales de distribución tradicionales. Mencione semejanzas y diferencias específicas**

La diferencia entre cadena de suministro y canal de distribución es que la primera se encarga de los proceso de la materia primas para llegar a un producto final y los canales de distribución son los encargados de distribuir el producto final, la semejanzas de estos dos términos es que ambas están hechos con el fin de satisfacer las necesidades del cliente

**¿Qué función específica cumple la logística en las operaciones de una cadena de suministros?**

Vincular y sincronizar la cadena de suministro general como un proceso continuo

**Describa la administración integral. Sea específico al describir la relación entre una función y proceso**

La administración integral trata integrar cada uno de los procesos o actividades involucrados en el proceso, identificado los mejores precios para la reducción de costos o bien el costo total más bajo, y busca la satisfacción total para clientes, proveedores y la empresa misma.

La relación entre función y proceso es que la función en un gran grupo de instrucciones con un objetivo en particular, y el proceso son un conjunto de actividades que se realizan de manera simultánea con un fin en específico, por lo que los procesos utilizan la función para realizar sus actividades

**En términos de extensión de una empresa, describa la importancia de los paradigmas de compartir la información y especializar los procesos**

Importancia de la especialización de los proceso es el lograr máximos resultados generales a través de la especialización

Importancia de compartir la información a todos los integrantes de la cadena de suministro es con el fin lograr hacer en tiempo y forma todo aquello que los clientes exigen de manera rápida y eficiente.

**Describa y pronuncie un ejemplo de un proveedor de servicios integrados ¿Cuál es la diferencia del concepto de un proveedor de servicios integrados con los proveedores de servicio tradicional, como el trasporte por contrato y el almacenamiento?**

Es la especialización de funciones específicas. Esto surgió́ a raíz de que las empresas están dedicando demasiados recursos a fines diferentes por el que principalmente fueron constituidas, es por eso que nacen las empresas especializadas y dedicadas. En el área de abastecimiento y logística, se dan las empresas logísticas dedicadas, las cuales administran funciones de abastecimiento, almacenaje, distribución o de supply chain, sin la necesidad de invertir costosos sistemas tecnológicos.

**Compare los proveedores de servicios integrados para terceros y cuartos**

Servicios integrados para terceros posee y ejecutan equipos de transporte y edificios para poder almacenar. Servicios integrados para cuartos, se califican en generar servicios de información detallados que ayudan a facilitar las disposiciones de suministro. Por lo tanto al tener definidos estos dos conceptos se puede llegar a la conclusión de que un servicio sirve para ejecutar ciertos equipos y el otro servicio sirve para facilitar la disposición de suministro.

**Compare y contraste los modelos empresariales predictivo y reactivo ¿Por qué los modelos reactivos se han vuelto populares en la estrategia y la colaboración en una cadena de suministro?**

El modelo empresarial predictivo y modelo empresarial reactivo, tienen gran diferencia, ya que el modelo predictivo funciona en base a la predicción de venta que pueda tener un producto, esto quiere decir, que confecciona el producto sin tener un cliente asegurado, en cambio el modelo empresarial reactivo funciona creando su producto según el pedido del cliente. Los modelos empresariales reactivos son más populares porque al funcionar en base al pedido del cliente no se genera costo de perdida, esto quiere decir, que el producto que es creado es vendido y no le generara quedar con productos almacenado sin vender.

**Defina y proporcione un ejemplo de la conversión de efectivo a efectivo, la minimización del tiempo de residencia y la rotación del efectivo ¿ Cómo afecta cada uno de la estrategia y la estructura de una cadena de suministros?**

La conversión de efectivo a efectivo es el tiempo requerido para convertir la materia prima o las compras en del inventario en ingresos por ventas. Entre más rápida sea la rotación más rápida será́ la conversión de efectivo. Lo fundamental para lograr que la conversión de efectivo es la rápida rotación de inventario. En este tipo se da el beneficio de pronto pago y se dan descuentos. El beneficio se comparte al administrar la velocidad del inventario desde origen hasta el destino final. Un ejemplo de esto son las empresas telefónicas que compras a compañías fabricantes de celulares (IPHONE) el producto estaba ya vendido desde antes que saliera al mercado y compañías como BESTBUY, ya habían pagado a APPLE el producto, aun sin estar vendido.

Capitulo 2 :

1. **Proporcione un ejemplo de un compromiso común que ocurre entre las áreas de trabajo de la logística.**

Un ejemplo común puede ser garantizar la disponibilidad de un producto o servicio para el cliente que busca satisfacer la operación logística, buscando satisfacer sus expectativas y requerimientos pero tratando de disminuir el costo total, en suma de puede decir que el compromiso común entre dichas áreas sería desarrollar e implementar una competencia logística general que satisfaga las expectativas de los clientes con un gasto realista en el costo total.

1. **Analice y comente la siguiente afirmación: “La elección de una ubicación conveniente para la red puede crear una ventaja competitiva sustancial.”**

Hacer una correcta elección para la ubicación de un sistema de logística puede significar la posibilidad de atender de una manera más eficiente a los clientes de la compañía, menores tiempos y costos de entrega pueden significar la diferencia entre fracasar o superar a la competencia, es claro que si una compañía puede entregar sus pedidos en la mitad de tiempo y a un costo más bajo esto representará una ventaja competitiva respecto de sus rivales de mercado.

1. **¿Por qué las operaciones de atención al cliente suelen ser más erráticas que las operaciones de apoyo para la fabricación y las adquisiciones?**

Estas suelen serlo ya que a diferencia de las operaciones de apoyo para la fabricación y las adquisiciones que pueden planearse con tiempo y que no sufren variaciones demasiado grandes, la atención al cliente tiene una naturaleza un más impredecible ya que esta depende directamente de las fluctuaciones erráticas de la demanda.

1. **¿Cómo ha cambiado el costo de transporte, como un porcentaje del costo logístico total, desde 1980?**

En 1980 el costo de transporte representaba el 47,45% del costo logístico total en Estados unidos, para el 2004 este costo de transporte aumento al 63,45% del costo logístico total en estados unidos, lo anterior quiere decir que hubo un aumento de aproximadamente 16% en el costo de transporte frente al costo logístico total en estados unidos.

1. **Describa la propuesta de valor logístico. Sea específico en relación con la atención al cliente y el costo**.

Consiste en generar un valor mediante la administración de la logística como un esfuerzo integrado para lograr la satisfacción del cliente al costo total más bajo. La cuestión fundamental es lograr un rendimiento por encima del de la competencia y al mismo tiempo ser eficiente en el costo. En todas las situaciones un error logístico se ve directamente reflejado en el servicio al cliente.

1. **Describa las semejanzas y las diferencias fundamentales entre los ciclos de desempeño de las adquisiciones, el apoyo para la fabricación y la atención al cliente en cuanto a su relación con el control logístico.**

Las adquisiciones se encargan de adquirir y preparar el movimiento interno de los materiales, las piezas y/o el inventario terminado, desde los proveedores hasta las plantas de fabricación o almacenes. Recibe diferentes nombres el proceso de adquisición dependiendo de la situación. Requiere realizar planificación de recursos, negociación, transporte interno, almacenamiento, etc. Es responsable de coordinar con los proveedores en áreas como programación, protección contra pérdidas y especulación, continuidad del suministro y la investigación. Su objetivo principal es apoyar a las organizaciones de fabricación proporcionando costos totales bajos.

El apoyo para la fabricación se dedica a administrar el inventario de trabajo en proceso mientras fluye por sus diferentes etapas de elaboración, su interés radica en cuando, donde y cuales productos se fabricaran y no en como sucede la producción. Acá implica programar los requerimientos de movimiento que están bajo el control de la empresa fabricante, no son comunes las incertidumbres por pedidos y demandas de los clientes. Requiere de control en la planeación de programas y realizar el almacenamiento, manejo, transporte y clasificación del trabajo en proceso. Es responsable de almacenar el inventario en los lugares de fabricación.

La atención al cliente es el movimiento del producto terminado a los clientes, es decir que el embarque hacia el lugar del cliente representa el destino final, acá la ubicación oportuna y geográfica del inventario se vuelve una parte integral de la comercialización, se encarga de la recepción y procesamiento de pedidos, despliegue del inventario, almacenamiento y manejo. Su objetivo principal es apoyar la generación de ingresos al proporcionar entregas de servicio al cliente al costo total más bajo. Intenta satisfacer los deseos de los clientes incorporando incertidumbre de la demanda

1. **Compare y contraste un nodo y un vínculo del ciclo de desempeño. Proporcione un ejemplo de cada uno.**

Un nodo se refiere s los lugares operativos de la compañía, por ejemplo en una compañía que se dedica a fabricar autos la planta donde se elaboran las partes y la planta donde se ensamblan pueden ser consideradas como nodos. Los vínculos son las conexiones entre los nodos, bien sea a través de información o del transporte, así en el ejemplo el envío de pedidos entre las plantas puede considerarse un vínculo entre ellas.

1. **¿Cómo la “búsqueda de la calidad” afecta las operaciones logísticas? ¿El concepto de la calidad total tiene relevancia cuando se aplica a la logística?**

En primera instancia se debe tener en cuenta que en el proceso logístico fluyen tanto el inventario como la información, donde hay relación con el movimiento y/o almacenamiento de los bienes y de los pedidos desde el momento en que comienza el embarque inicial hasta la entrega final del mismo. Al momento de comprender las operaciones logísticas en tres áreas de importancia, las cuales son la atención al cliente, el apoyo para la fabricación y las adquisiciones, se trata de captar el valor que tiene la búsqueda de calidad durante todo el proceso logístico, ya que este añade valor con la entrega oportuna y eficiente en el lugar y momento adecuado del producto al cliente.

1. **Analice la relación de la incertidumbre y el ciclo de desempeño logístico general. Mencione y proporcione ejemplos de cómo controlar la variación del ciclo de desempeño.**

En el ciclo de desempeño logístico las condiciones operativas y la calidad de las operaciones logísticas introducen de manera aleatoria variaciones operativas, siendo estas las principales fuentes de incertidumbre. Tales variaciones pueden apreciarse de manera más clara en los tiempos de las tareas que por lo general varían según la naturaleza del trabajo que tienen implícito en ellas. Aspectos como la selección de pedidos, la velocidad y retrasos asociados son fuentes de variación que pueden controlarse con planes de recepción y despacho que dispongan de manejo sofisticado de materiales y suficiente recurso humano. El transporte es un factor de importancia a tener en cuenta, generalmente la distancia, el tamaño del embarque, el tipo de transporte y las condiciones operativas suelen generar variación, sin embargo un avanzado conocimiento de los tiempos de viaje, de las cantidades adecuadas por envío, de las características del medio usado y las condiciones para el trasporte suele ser un medio efectivo para adelantarse a las eventualidades y garantizar un correcto desempeño logístico.

1. **¿Cuál es la lógica de diseñar estructuras logísticas escalonadas? ¿Se pueden combinar estructuras escalonadas y directas?**

Las estructuras logísticas escalonadas representa el flujo de productos que avanzan por una disposición común de empresas y plantas, mientras pasa del origen al destino final, adicionalmente utilizan los almacenes para hacer uso de la consolidación o separación del material a granel, asociadas a los embarques de transporte de alto volumen. Es posible y resulta muy viable en términos de costos y satisfacción a los clientes, combinar las estructuras logísticas escalonadas y directas, ya que los materiales o productos de rápido desplazamiento pueden ser colocados en almacenes (Estructura escalonada), mientras que los más costosos o delicados pueden ser enviados a un lugar central para ser entregados directamente a los clientes (Estructura directa). Estas estrategias alternas emplean capacidades logísticas diferentes, justificadas por los requerimientos únicos de un cliente, el costo total para ofrecer el servicio y la intensidad de la competencia que se enfrenta.

Capitulo 3:

**1.-Explique las diferencias entre la mercadotecnia de transacciones y la de relaciones. ¿De qué modo estas diferencias conducen a aumentar el énfasis en el desempeño logístico en la administración de la cadena de suministro?** R.-En la mercadotecnia de transacciones las empresas suelen orientarse hacia una interacción a corto plazo con sus clientes, se concentran en obtener transacciones o intercambios exitosos para impulsar los ingresos y las ganancias, a la mercadotecnia de relaciones se centra en el establecimiento de relaciones a largo plazo con los participantes importantes de la cadena de suministro, como los clientes, los clientes intermedios y los proveedores, reconoce que cada cliente individual tiene requerimientos únicos, ambas conducen a aumentar el énfasis en el desempeño logístico debido a que buscan generar valor ya sea por medio de hacer más eficiente el proceso de transacciones individuales o por medio de generar sinergias estratégicas en el caso de la mercadotecnia de relaciones.

**2.- ¿Por qué los cuatro resultados principales del servicio (conveniencia espacial, tamaño de los lotes, tiempo de espera y variedad de productos) son importantes para la administración logística? Proporcione ejemplos de empresas competidoras que difieran en el nivel de resultado de cada servicio proporcionado a los clientes.** R.- Son importantes debido a que atender los requerimientos de los clientes tiene implicaciones importantes en cómo terminan por configurarse las cadenas de suministro, cuáles compañías participantes pueden incluirse para satisfacer los requerimientos del servicio y los costos incurridos en el proceso.

**3.-Mediante las diez categorías de expectativas del cliente de la tabla 3.1 desarrolle ejemplos propios de cómo los clientes pueden evaluar el desempeño de un proveedor.** R.- En cuanto a la confiabilidad se puede evaluar por medio de indicadores de desempeño como que las ordenes sean entregadas completas, a tiempo, en el lugar correcto, en perfectas condiciones y con la documentación completa y precisa y los aspectos de Credibilidad, Cortesía, Aspectos Tangibles, etc., como son percepciones se puede medir por medio de encuestas de servicio en los diferentes procesos que cubre el proveedor, por ejemplo, se le puede preguntar al responsable del seguimiento de los viajes que tan difícil es contactar al proveedor, o que tan confiable es la información que proporciona acerca del viaje

**4.-Compare y contraste las filosofías de servicio al cliente, satisfacción del cliente y éxito del cliente de la administración de la cadena de suministro.** R.-En el servicio al cliente el objetivo suele estar en los aspectos operativos de la logística y en asegurar que la organización sea capaz de proporcionar los siete derechos a su cliente: La cantidad correcta, del producto correcto, en el momento y el lugar correctos, en la condición y precio correcto y con la información correcta. La satisfacción del cliente se basa en la confirmación de las expectativas del cliente, el cumplir con lo que se promete y no tener vacíos en cuanto a el conocimiento del cliente, los estándares, el desempeño, las comunicaciones, percepción y satisfacción/calidad. Éxito del cliente implica una comprensión detallada de los requerimientos individuales que éste tiene y un compromiso para atender las relaciones empresariales a largo plazo con mayor potencial de crecimiento y rentabilidad. Una perspectiva de cadena de suministro y un programa de éxito del cliente deben comprender toda la cadena de suministro, los diferentes niveles de clientes dentro de esa cadena, y desarrollar programas que aseguren que los clientes siguientes tengan éxito en el cumplimiento de los requerimientos del cliente siguiente en la cadena de suministro.

R2.-Servicio al cliente.-El objetivo es cumplir con los estándares internos. Satisfacción del cliente.- El objetivo es cumplir con las expectativas del cliente. Éxito del cliente.- el objetivo es cumplir con los requerimientos del cliente. Una perspectiva de cadena de suministro y un programa de éxito del cliente deben comprender toda la cadena de suministro, los diferentes niveles de clientes dentro de esa cadena, y desarrollar programas que aseguren que los clientes siguientes tengan éxito en el cumplimiento de los requerimientos del cliente siguiente en la cadena de suministro.

**5.- ¿Qué significan los servicios de valor agregado? ¿Por qué estos servicios se consideran esenciales en un programa de éxito del cliente?** R.-Los servicios de valor agregado son las actividades únicas o específicas que las empresas pueden desarrollar juntas para mejorar su eficiencia, su eficacia y su relevancia, estos servicios ayudan a fortalecer el éxito del cliente porque permite hacer cosas singulares que es lo que permite a los clientes lograr los objetivos. Estos servicios son esenciales en el éxito del cliente por que como tienden a ser específicos es difícil generalizar todos los servicios de valor agregado posibles.

**6.- ¿Cómo puede una empresa utilizar el proceso de cuatro etapas de eficacia de los costos, acceso al mercado, extensión del mercado y creación de mercados para obtener una superioridad competitiva?** R.- Reduciendo el costo total logístico en el proceso de producción, acceso al mercado por medio de promociones que permita posicionarse en nuevos segmentos de mercado, extensión del mercado por medio de acciones que se utilizarán en distintos momentos de la existencia de un producto para sostener sus ventas y ganancias, en lugar que sufra el declive normal, creación de nuevos mercados introduciendo nuevos productos.

**7.-Identifique y analice los componentes principales de una predicción. ¿Por qué es importante separar la demanda en estos componentes al desarrollar predicciones nuevas?** R.- Componentes principales de una predicción son: El nivel, la tenencia y la estacionalidad, es importante separar la demanda por que una variación en la demanda también produce acciones operativas como las promociones, los cambios de precios y la introducción de nuevos productos.

**8.-Compare y contraste el diferenciador lógico básico de las técnicas de predicción de series de tiempo y casual ¿Bajo qué condiciones deben aplicarse cada una de ellas?** R.- Las series de tiempo emplea un periodo como variable independiente para predecir los esquemas de demanda futuros y se debe de utilizar cuando los esquemas de la demanda se repiten con ciertos componentes cíclicos, estacionales o de tendencia y en la técnica Casual se utilizan otras variables independientes como el precio, los planes de promoción o volúmenes de productos relacionados para predecir las ventas y se debe de utilizar cuando existe una fuerte relación lineal o no lineal entre las variables independientes y la demanda.

**9.-Analice cómo la responsabilidad de los errores puede ser un factor importante para mejorar el desempeño de una predicción.** R.-El error de una predicción se puede definir como la diferencia entre la demanda real y la predicción, el mejoramiento de la exactitud de la predicción requiere medir y analizar el error, para tomar acciones e ir mejorando las siguientes predicciones.

**10.-Analice cómo un cambio menor en la demanda a nivel de minoristas puede afectar significativamente la variación en la cadena de suministro en los distribuidores, fabricantes y proveedores.**  R.-Porque se produce el efecto látigo o “Bullwihp” a lo largo de toda la cadena de suministro.

Capitulo 4:

**1.- En un ejemplo con televisores, ¿cómo pueden tres marcas distintas ser percibidas por clientes diferentes como la de la mejora calidad en el mercado.**R= Pongamos el ejemplo con las marcas de televisores LG , DAEWOO y SONY  
Un cliente percibe la marca SONY como la más confiable por que durante toda su vida ha comprado la marca , sabe que es durable y es de las vendidas en el mercado por eso la elige como la mejor calidad  
Otro cliente percibe que la marca LG no es muy conocida en el mercado pero le da el visto bueno por el desempeño y las funciones que tiene el televisor, además de ofrecerle un buen un servicio técnico gratuito en caso de descompostura.  
EL tercer cliente percibe de mejor calidad el televisor DAEWOO por que el material es brillante con pintura muy bonita , la estética del televisor es agradable ante sus ojos , cuenta con un control remoto ,y muchas funciones que le resultan interesantes.  
En estos ejemplos cada persona combina algunas de las ocho dimensiones de la calidad del producto dependiendo de cual elemento considera como el más importante.  
**2.- ¿Cuál es la diferencia del punto de vista contemporáneo de la adquisición como una actividad estratégica y el punto de vista más tradicional de compras?**  
R= La diferencia es que la compra tradicional se enfoca en obtener de un proveedor los recursos deseados al precio más bajo. Mientras que el punto de vista contemporáneo eleva esta función a una actividad estratégica en la que debe haber organización ,buena administración de las adquisiciones y todos los ahorros posibles a partir de esta estrategia, pone especial atención en asegurar un suministro continuo, minimizar el inventario, mejorar la calidad , desarrollar proveedores y obtener el costo total más bajo.   
  
**3.-Cómo contribuye la adquisición estratégica a la calidad de los productos generados por una organización de fabricación?**R= Influye para que tanto la empresa que realiza la adquisición como sus proveedores se comprometan en una iniciativa de mejoramiento continuo de calidad , para que el producto final cumpla con los estándares esperados por el cliente.  
  
**4.-Explique la razón fundamental para la consolidación de volumen. ¿Cuáles son los riesgos asociados con utilizar un solo proveedor para un artículo?**El riesgo de utilizar un solo proveedor es que la cadena de suministro de una empresa puede ser interrumpida o imponer un cambio en los planes de producción por alguna situación ajena al comprador por este motivo es importante contar con un plan de contingencias además de certificar y seleccionar a nuestros proveedores más confiable.  
**5.- ¿Cuál es la diferencia del TCO más bajo y el precio de compra más bajo?**R= El TCO ( costo total de propiedad) más bajo considera varios elementos como los costos del ciclo de vida , el costo total de los materiales , los artículos u otros elementos , se extiende más allá del precio de compra y el servicio de valor agregado para incluir los costos de duración de tales artículos. Mientras que el precio de compra más bajo ignora o considera como un simple trámite muchas de estas consideraciones logísticas.  
**6.- ¿Cuál es la razón fundamental implícita que explica por qué las empresas deben segmentar sus requerimientos de compras?**R= Priorizar los recursos con que cuenta y justificar una consolidación de volumen y una reducción básica del suministro para los materiales y servicios.  
  
**7.-Explique el modo en que las restricciones en la fabricación se relacionan con las decisiones de una empresa acerca del volumen y la variedad.**R=El volumen y la variedad dirigen los requerimientos de apoyo logístico , las restricciones interactúan con el volumen y la variedad para crear planes de fabricación que sean realistas. Las tres principales restricciones que afectan las operaciones de fabricación son la capacidad , el equipo y la instalación /preparación.  
En cuestión de variedad la fabricación se ve afectada por los lotes relativamente pequeños afectando el tipo de servicios logísticos de transporte y almacenamiento requeridos . Respecto al volumen la logística de la cadena de suministro debe atender el número de veces que se fabrica un producto durante un periodo planeado, esto tiene un impacto en los requerimientos logísticos internos y externos, además la cantidad y el tamaño determinan el volumen posterior que debe manejar y almacenar una estructura logística de cadena de suministro.  
  
**8.- ¿Por qué tienden a aumentar el costo de fabricación y de adquisición de una compañía cuando la empresa cambia de una estrategia MTP a una MTO? ¿Por qué tienden a disminuir los costos del inventario?**Aumenta por que la MTP (fabricación según planeación ) se basa en explotar la economía a escala , fabrica un inventario de artículos terminados para prever los futuros requerimientos del cliente , debe tener una capacidad de almacenamiento.  
A diferencia el MTO (fabricación sobre pedido) fabrica lo especificado por el cliente, requiere un componente de inventario significativo y provoca un costo alto en la atención al cliente.  
  
**9.-¿Cómo afecta la estrategia de mercadotecnia de una empresa sus decisiones relacionadas con la estrategia de fabricación adecuada?**R= Afecta de tal forma que si no hay una capacidad de fabricación en una empresa , no se puede llevar a cabo una propuesta de mercadotecnia eficaz.  
  
**10.-Explique por qué el desempeño logística es fundamental para los sistemas JIT.**R= Es fundamental porque establece tiempos en cada una de las actividades para que los materiales lleguen al punto de fabricación justo en el momento en que se requieren para su proceso y entrega final.

Capitulo 5:

1. **Compare y contraste la función de los sistemas ERP y los sistemas de planeación en el mejoramiento del desempeño y la competitividad de la empresa.**

Los sistemas ERP sirven para recaudar información de la organización históricamente tales como el cumplimiento de los pedidos y el reabastecimiento. Estos sistemas ayudan a almacenar bases de datos y transacciones adecuadas las cuales facilitan la operación logística en la cadena de abastecimiento, pero no ayudan en la toma decisiones ni evalúan estrategias alternas mientras que los sistemas de planeación están diseñados para evaluar posibles alternativas y dan sugerencias sobre la toma de decisiones de la cadena de suministro. Con esto se puede decir que estos dos sistemas almacenan datos históricamente pero solo el sistema de planeación arroja posibles acciones estratégicas a tomar frente a posibles restricciones que se presenten y así mejorar el desempeño y la competitividad de la organización

1. **Compare y contraste la función de los sistemas ERP y los sistemas de ejecución logística.**

Los sistemas ERP proporcionan funciones para el apoyo de las operaciones logísticas; este utiliza módulos de ejecución como sistemas de administración de transporte (TMS), de administración de almacén (WMS) y de administración de patio (YMS).

Casi todos los sistemas de ejecución logística están integrados para facilitar el intercambio de datos; además de facilitar funciones de administración del almacén, como recepción, almacenamiento, embarque y automatización.

**3. Compare y contraste la función de los sistemas ERP en la administración de la cadena de suministro.**

Las empresas hoy en día se enfrentan a un mercado más competitivo y el cual debe estar en constante crecimiento. Los sistemas ERP ayudan a recolectar todos estos datos históricamente almacenados para así minimizar los posibles errores que se puedan presentar como el cumplimiento de los pedidos y el reabasto de los clientes.

1. **Analice los retos principales que debe esperar una empresa al implementar un sistema ERP integrado, que incluya aplicaciones financieras, de la cadena de suministro, de servicio y de recursos humanos.**

Pueden facilitar la planeación y las operaciones logísticas de la cadena, en lo que tiene que ver con la recepción y la administración de pedidos; los sistemas ERP incluye capacidades financieras, de contabilidad y de recursos humanos; apoyo general de decisiones y otras aplicaciones de integración empresarial son la columna vertebral para el desarrollo y organización del conocimiento relacionado con los clientes.

1. **Analice las aplicaciones, los beneficios y los retos relacionados con la utilización de RFID para mejorar el desempeño de una cadena de suministro.**

Entre algunas de las aplicaciones que se le pueden dar al RFID se puede mencionar la identificación de la mercancía en movimiento para localizar el producto sea dentro de la empresa o cuando está en el vehículo, almacén o tienda para así poder ser controlado.

Los beneficios es que se le puede dar un seguimiento continuo al producto sabiendo la información necesaria de donde se encuentra, la seguridad, gran capacidad de almacenaje de información y ágil trazabilidad con la información hacia el cliente en tiempo real de donde se encuentra su mercancía.

Los retos de la RFID es dar una adecuada trazabilidad del producto por toda la cadena de suministro hasta llegar al cliente final brindándoles todas las garantías sobre su mercancía; agregándole valor a la cadena.

1. **Analice como difieren la planeación/coordinación y el flujo operativo para las empresas MTO y MTP.**

Cuando la empresa puede utilizar una estrategia de fabricación sobre pedido MTO o MTP en esencia estos procesos y operaciones se reflejan entre si; pues, cuando es posible una estrategia, puede no ser necesario programar con anticipación materias primas y producción o mantener un inventario de seguridad.

1. **Compare y contraste la función de la planeación/coordinación y las operaciones en el mejoramiento de la competitividad de una empresa.**

Estos componentes de planeación y coordinación son una pieza fundamental a la hora de mejorar frente a otras organizaciones ya que nos ayudan a definir las actividades fundamentales y guiar las asignaciones de recurso de la empresa y el desempeño de la adquisición hasta la entrega del producto al cliente final.

Entre sus principales componentes están la administración de ventas y operaciones, restricciones de capacidad, requerimientos logísticos, requerimientos de fabricación y requerimiento de adquisición; todo esto da un valor agregado a las operaciones y ayuda a la competitividad de la organización.

1. **Analice la razón fundamental y los riesgos asociados con la utilización de una predicción común para dirigir el flujo de planeación/coordinación de una empresa.**

Una de las razones seria el desempeño del inventario; su riesgo asociado seria los requerimientos logísticos y de fabricación.

Otra razón seria la administración del inventario; su riesgo serian las operaciones de distribución, transporte y embarque; las dos razones necesitan requerimientos de adquisición.

1. **Analice la función del sistema CRM en el mejoramiento de la competitividad de una empresa.**

El sistema CRM permite dar información actual detallada a los clientes y a los representantes de venta sobre el historial de embarques, estado de los pedidos, historial de ventas, resúmenes promocionales, de esta forma se podrá dar una mejor administración de los pedidos de los clientes, este intercambio de información entre la empresa y sus clientes aumenta la probabilidad de que los planes de venta y promociones de producto sean apoyados con el producto requerido; de esta forma se lograra tener un mejoramiento de la competitividad de la empresa al estar más conectado con el cliente y así se obtendrá una buena relación con él.

1. **Describa las ventajas y desventajas de considerar el diseño S&OP en la implementación de un sistema S&OP.**

Las ventajas son la amplitud de productos y servicios, las promociones y los niveles de desempeño deseados; si no se integran planes de mercadotecnia y financieros que coincidan podría producir una gran desventaja, como un servicio deficiente, un inventario excesivo e impedimentos para cumplir las metas financieras.

**Capítulo 6**

**1. ¿Cómo afecta el costo de mantener un inventario la declaración tradicional de**

**las ganancias de la empresa?**

El costo de mantener un inventario son los gastos asociados con el mantenimiento del inventario. El porcentaje del costo por mantener el inventario final utilizado por una empresa es una cuestión de políticas administrativas (5-50%). % costo anual por existencias x Valor promedio del inventario. Por lo tanto, disminuye, según el porcentaje, en las ganancias de la empresa.

**2. Analice la relación entre el nivel de servicio, la incertidumbre, las existencias de seguridad y la cantidad del pedido. ¿Cómo se consiguen soluciones intermedias entre estos elementos**?

Nivel de servicio: objetivo de desempeño especificado por la administración. Define los objetivos de desempeño del inventario.

Cantidad del pedido: cantidad solicitada para reabasto.

Existencias de seguridad: mayor parte del inventario, se conservan en un sistema logístico como protección contra la incertidumbre de la demanda y el ciclo de desempeño. Se utilizan cuando la incertidumbre ha causado una demanda mayor de la esperada.

Inventario promedio = mitad de la cantidad del pedido + existencias de seguridad

Según el nivel de servicio, se define una cantidad de pedido y se le suman existencias de seguridad para responder a cambios generados en la demanda no descifrables por la incertidumbre.

**3. Analice el riesgo desproporcionado de mantener un inventario para los minoristas, mayoristas y fabricantes. ¿Por qué ha existido una tendencia a devolver el inventario al canal de distribución?**

Para un fabricante, el riesgo es a largo plazo. El compromiso del inventario del fabricante comienza con la compra de materias primas y piezas componentes, incluye el trabajo en proceso, y finaliza con los artículos terminados (se colocan en almacenes en previsión de la demanda del cliente). Tiene una línea de productos más estrecha, pero el compromiso del inventario es profundo y de larga duración.

Un mayorista acapara grandes cantidades de los fabricantes y vende cantidades más pequeñas a los minoristas. Los productos estacionales aumentan la profundidad y la duración del riesgo.

Para un minorista, la administración del inventario se centra en la velocidad de las compras y las ventas. Los minoristas adquieren una amplia variedad de productos y asumen un riesgo sustancial en el proceso de mercadotecnia, el riesgo es amplío pero no profundo. Ponen énfasis en rotación del inventario.

En años recientes, los minoristas poderosos han impulsado un sustancial aumento en la profundidad y la duración al devolver la responsabilidad del inventario a los mayoristas, buscando reducir su riesgo ya que necesitan tener una alta rotación para poder pagar los altos costos de ubicación de las tiendas. Devuelven inventario por el amplío riesgo que poseen.

**4. ¿Cuál es la diferencia entre la probabilidad de un desabasto y la magnitud de un desabasto?**

Magnitud del desabasto: nivel de disponibilidad del producto.

Probabilidad de un desabasto: probabilidad de que se agoten las existencias.

**5. Los datos sugieren que mientras declinan los niveles generales del inventario promedio, aumenta el porcentaje relativo que mantienen los fabricantes. Explique la razón por la que considera verdadera o falsa esta observación. Describa cuánto de ese cambio puede beneficiar las operaciones de todo el canal y cómo los fabricantes pueden aprovechar el cambio.**

Verdadero. Cuando disminuye. El inventario promedio, aumenta el porcentaje relativo que mantienen los fabricantes porque el inventario promedio se calcula en base a la cantidad del pedido y las existencias, y si baja el inventario promedio aumentan relativamente las existencias de seguridad. CHEQUEAR.

**6. Analice las diferencias entre la lógica del inventario reactivo y la lógica de planeación. ¿Cuáles son las ventajas de cada una? ¿Cuáles son las implicaciones principales de cada una?**

El **inventario reactivo** responde a las necesidades de inventario de los integrantes del canal de distribución al atraer el producto por el mismo canal. Los embarques de reabasto se hacen cuando los niveles de existencias bajan hasta determinado punto. Supone:

1. Todos los clientes, áreas del mercado y productos contribuyen de igual manera a las ganancias.
2. Capacidad infinita en la fuente de suministros.
3. Disponibilidad infinita del inventario en el lugar de suministros. No considera devoluciones.
4. El tiempo del ciclo de desempeño se puede predecir y que las duraciones del ciclo son independientes.
5. Funciona mejor cuando los patrones de la demanda del cliente son relativamente estables y uniforme.
6. Determinan el tiempo y la cantidad de los pedidos de reabasto de cada almacén de distribución, de manera independiente de los demás lugares, incluyendo la fuente de suministro.
7. La duración del ciclo de desempeño no se correlaciona con la demanda.

Ventajas: menor riesgo, menor nivel de inventario.

Los **métodos de planeación** del inventario emplean una base de datos compartida para coordinar los requerimientos del inventario a través de varios lugares o etapas en la cadena de suministro. Supone:COMPLETAR

**7. Ilustre cómo una clasificación de inventario de línea fina se utiliza con los segmentos de productos y del mercado. ¿Cuáles son los beneficios y consideraciones al clasificar el inventario por producto, mercado y producto/ mercado?**

La clasificación de línea final, agrupa los productos, los mercados o los clientes con características similares para facilitar la administración del inventario.

Consideraciones: no todos los productos y mercados tienen las mismas características o grado de importancia, requiere que la clasificación coincida con la estrategia empresarial y los objetivos del servicio.

Ventajas: facilita la administración de los esfuerzos para establecer estrategias concentradas en el inventario para segmentos específicos de productos, facilita la identificación y la especificación de estrategias del inventario sin requerir un desarrollo tedioso de estrategias para artículos individuales, es más fácil dar seguimiento y administrar de a 3 a 10 grupos en vez de cientos de artículos individuales.

**8. ¿Qué ventaja tiene la DRP sobre el método de parte justa en cuanto al desempeño del inventario?**

DRP (planeación de los requerimientos de distribución): está dirigida por la demanda de la cadena de suministro. Toma en consideración los requerimientos únicos.

Método de parte justa: proporciona a cada planta una distribución equitativa del inventario disponible. No considera factores específicos, por lo tanto, tienen una capacidad limitad para administrar los inventarios que tienen varias etapas.

**9. Analice la importancia de la colaboración en el desarrollo de las estrategias del inventario de la cadena de suministro. Proporcione un ejemplo.**

Los programas de reabasto estañan diseñados para optimizar el flujo de artículos dentro de la cadena de suministro. La intención es dejar de basarse en una predicción de cuándo y donde se necesitará el inventario y basar la demanda en un esquema justo a tiempo. Técnicas: respuesta rápida, inventario administrado por el vendedor y perfil de abastecimiento.

**10. Las estrategias de administración del inventario basadas en el cliente permiten la utilización de diferentes niveles de disponibilidad para clientes específicos. Analice la razón fundamental para tal estrategia. ¿Son discriminatorias tales estrategias? Justifique su opinión.**

La estrategia incluye especificar todos los aspectos del proceso de administración del inventario, entre ellos los objetivos de servicio, el método de predicción, la técnica de administración y el ciclo de revisión. La razón para utilizar esta estrategia es que los segmentos de clientes tienen distintas características, por lo tanto, se los debe “tratar diferente”, aplicando diferentes estrategias. No son discriminatorias. Ej. Si un cliente A compra 10.000 unidades de producto por mes y otro cliente B 100 unidades de producto por mes, la logística de la empresa proveedora debería estar más enfocada en abastecer principalmente al cliente A, y después al cliente B.