CADENA DE SUMINISTROS

CASO 1

GATEWAY: FABRICANTE DE VENTAS DIRECTAS

1. Por qué Gateway tenía varias instalaciones de producción en Estados Unidos?

R/ Porque tenía la misma estrategia de Dell, del fabricante al cliente y su venta era en línea

1. Que ventajas o desventajas ofrece incrementar el número de fábricas?

R/ **Ventajas:**

Entre más fabricas tengamos hay más producción,

Alzas en la ventas de las tiendas minoristas

**Desventajas:**

Al incrementar el N° de fábricas se pierde el control de satisfacer la necesidad del cliente

1. Como decide Gateway que fabrica producirá y enviara el pedido del cliente?

R/ Todo depende de lo que ha pedido el cliente y las necesidades del mismo, principalmente se tomaban las plantas de ensamblaje evitando elevar el precio de transporte.

1. Que factores considero Gateway cuando decidió que plantas cerrar?

R/ La fabricación sobre pedido que elevo el precio de las acciones no fue enfocada hacia el futuro y 3 años después de la estrategia las acciones cayeron a menos de 4 dólares, lo que causa una gran pérdida de dinero dando como resultado el cierre de plantas, reducción del N° de configuraciones al cliente y se dedicaron a la venta de sus PC a través de minoristas dedicados a la electrónica.

1. Por qué Gateway decidió no tener inventarios de productos terminados sus tiendas minoristas?

R/ Gateway decidió implementar esta estrategia evitando no tener inventarios para satisfacer más al cliente dejando que este utilizara y probara las PC y asimismo decidiera la mejor opción de compra.

1. Debe una compañía que ha invertido en tiendas minoristas tener inventarios de bienes terminados?

R/ No debe tener inventarios ya que la fábrica debe trabajar sobre pedidos, esto facilita el proceso por el gran volumen de tiendas minoristas.

1. Cuáles son las características de los productos que son más adecuados para formar parte del inventario de bienes terminados?

R/ Los productos ya vendidos previa selección del cliente, son los que hacen parte del inventario de acuerdo a sus necesidades particulares.

1. Que caracteriza a los productos que es mejor fabricarlos sobre pedido o por encargo?

R/ Definitivamente es mejor fabricar el producto por pedido ya que se garantiza su venta.

1. El modelo de Dell de vender de manera directa sin tiendas minoristas es siempre menos costoso que una cadena de suministro con tiendas minoristas?

R/ Si es menos costoso, las tiendas minoristas generan un costo mayor al producto por mercancía defectuosa, mercancía desactualizada y devoluciones.

1. Cuáles son las implicaciones para la cadena de suministro de la decisión de Gateway de ofrecer pocas configuraciones?

R/ No conocer la necesidad del cliente a no interactuar con el mismo cliente de la cadena de suministro y ofrecer pocas configuraciones del PC.

CASO 2

ZARA : FABRICANTE Y VENDEDOR DE ROPA

1. Cuál es la ventaja de Zara frente a la competencia al tener una cadena de suministro con una gran capacidad de respuesta?

R/ El principal objetivo es complacer las necesidades del cliente para satisfacer y cubrir con tendencias cambiantes el ciclo de diseño y venta ya que con su gran inventario puede manejar precios accesibles, así obtiene mayor respuesta de sus clientes poniéndolo como líder frente a la competencia.

1. Por qué Inditex decidió tener tanto fabricación interna como subcontratada?

R/ Para tener su liderazgo en el mercado, ya que teniendo la monopolización del producto que es un 40% interno y el resto de la manufactura en Asia, llega a obtener una buena combinación de tendencias y dominio de la demanda al inicio y al final de la temporada.

1. Por qué Inditex ha mantenido la capacidad de manufactura en Europa, aun cuando la manufactura en Asia es más barata?

R/ Porque en Europa Inditex tiene fuentes flexibles y rápidas ( lo que le lleva a tener bajos costos en transporte y tener la mercancía en el momento que se necesita ). La manufactura en Asia siendo económica presta la comodidad de poder manejar bajos costos para mantener 2 tendencias 2 estilos.

Esta combinación les permite mantener diseño y economía en temporadas adecuadas.

1. Por qué Zara se provee de productos cuya demanda es incierta con fabricantes locales y de productos cuya demanda es predecible con fabricantes asiáticos?

R/ Zara se provee con los productos de fabricantes locales cuya demanda parece ser incierta porque el 40% de esta producción es enviada a Europa y ellos se abastecen antes de que esta se envía, lo que le permite tener un inventario competitivo en el momento de la temporada en rebajas, ofreciendo productos de calidad a la moda y a mitad de precio, hecho que a la competencia se le dificulta ya que cuando llega una aparente nueva colección Zara ya la tiene en promoción, además se provee en productos asiáticos por su bajo costo.

1. Por qué Zara construye un nuevo centro de distribución a medida que sus ventas aumentan?

R/ A medida que se aumentan las ventas se requiere de un nuevo centro de distribución para satisfacer y cumplir los pedidos de los clientes en España y Europa.

1. Es mejor tener el nuevo centro de distribución cerca de uno existente o en una ubicación completamente diferente?

R/ El nuevo centro de distribución debe quedar en Asia ya que la demanda más predecible proviene de allí.

1. Que ventaja obtiene Zara de reabastecer sus tiendas dos veces por semana en comparación con un programa de menor frecuencia?

R/ Mantenerse como líder en el mercado porque le esta ofreciendo a sus clientes buenos precios y las nuevas tendencias de Europa y de Asia.

1. De que manera la frecuencia de reabastecimiento afecta el diseño de su sistema de distribución?

R/ La falencia que se ve por el constante movimiento de abastecimiento es que puede llegarse a quedar demasiado surtido de temporadas anteriores.

1. Que infraestructura de información necesita Zara a fin de operar de manera eficaz su red de producción, distribución y ventas al detalle?

R/ Debe tener un sitio WEB el cual proporciona al cliente la información relativa, el precio, la variedad del producto y la disponibilidad de los mismos; una vez que el cliente hace su elección introduce la información del pedido y paga el producto, mas tarde puede regresar al sitio WEB para verificar el pedido.

CASO 3

TOYOTA : UN FABRICANTE DE AUTOS GLOBAL

1. Donde deberían estar ubicadas las plantas y que grado de flexibilidad debería tener cada una de ellas?

R/ Las plantas de Toyota deben estar ubicadas en los puntos de mayor demanda, aconsejable que hayan plantas locales que permitan atender la alta y baja demanda de los mercados, esto evita el largo tiempo de espera para la entrega de sus productos debido a uno a la debilitación del mercado local, hecho que se repercute en mala atención al comprador y demora en la distribución por distintos factores.

1. Que capacidad debería tener cada planta?

R/ Cada planta de Toyota debe equiparse solo con la producción local, además cada planta debe tener la suficiente demanda como para realizar distribución a todos los mercados.

1. Deberían ser capaces de producir para todos los mercados o solo para mercaos de contingencia específicos?

R/ Toyota debe tener capacidad de producción para todos los mercados, teniendo en cuenta la capacidad de producción de cada fábrica y lo que demanda el mercado para poderlo proveer.

1. Como deberían asignarse los mercados a las plantas y con qué frecuencia debería revisarse esta asignación?

R/ Toyota debe realizar estudios logísticos que le permitan saber que demanda cada mercado para realizar la producción y distribución sin dejar atrás que las mencionadas deben estar en capacidad de atender la demanda requerida por los mercados, y teniendo un estudio logístico identificara que productos son o no necesarios en cada planta por su baja o alta demanda, se aconseja que este estudio logístico se realice trimestralmente ya que el comportamiento del mercado en variable por distintos factores.

1. Qué grado de flexibilidad debería incorporarse en el sistema de distribución?

R/ Toyota debe estar preparado para ofrecer la demanda que el mercado exige, tal como, el articulo solicitado con las especificaciones requeridas y que se encuentre en la producción de la planta debe estar a la mano del asesor comercial para poder realizar la venta pertinente sin perder el cliente por no ofrecer una buena distribución flexible.

1. Como debería valorarse esta inversión en flexibilidad?

R/ El estudio logístico del mercado nos muestra que productos son los que tienen una buena salida en el mercado local esto hace que siempre se tenga en inventario los mismos productos para ofrecer la demanda al mercado, pero adicional a esto Toyota debe pensar en los productos cuya demanda es incierta pero que siempre hay tendencia a encontrar el cliente para este, en el momento de tener lo solicitado por nuestros clientes sin importar lo inédito de estos, se puede llegar a tener la exclusividad a diferencia de la competencia.

1. Que acciones deben tomarse durante el diseño del producto para facilitar esta flexibilidad?

R/ Al realizar el diseño del producto tener en cuenta: -que se ofrezcan todos los colores, líneas, tecnologías, diseños, precios, y que la distribución al mercado tenga igualdad para todos los mercados, ya que esto permite la buena atención y satisfacción del cliente y que este no termine en la competencia por no tener el producto requerido.

CASO 4

AMAZON. COM: UNA EMPRESA ELECTRONICA

1. Por qué conforme crece Amazon construye más almacenes?

R/ Amazon tiene 6 almacenes a la fecha y NO está construyendo más almacenes, ya que su fuerte es la venta en línea.

1. Cuantos almacenes debería tener y dónde deberían estar ubicados?

R/ Tiene 6 almacenes, podría tener más pero según la lectura no se han visto en la necesidad de abrir nuevos puntos de venta.

1. Qué ventajas proporciona vender libros vía Internet sobre la librería tradicional?

R/ La venta sobre pedido es fija, sin tener necesidad de invertir en mercancía ni almacenamiento.

1. Existe alguna desventaja en hacerlo así?

R/ podríamos notar que de alguna manera existen muchos clientes a los cuales les gusta ver lo que van a comprar, ya sea por desconfianza o por quedar más satisfechos al momento de la compra.

1. Debería Amazon tener existencias de todos los libros que vende?

R/ Si debe tener existencia de todos los libros que vende, en especial de los más apetecidos por sus clientes.

1. Que ventaja pueden obtener los jugadores tradicionales de establecer un canal en línea?

R/ Primero promocionar los diferentes artículos que tengan en el almacén los cuales el cliente no conoce.

1. Como deberían emplear los dos canales para obtener la máxima ventaja?

R/ La venta en línea es para conocer los productos que tiene la librería su existencia y hasta el precio y en el almacén el cliente puede satisfacer su curiosidad de calidad verificando su producto en físico antes de comprarlo.

1. Deberían las librerías tradicionales como Barnes & Noble integrar el comercio electrónico a su cadena de suministro actual o manejarlo por separado?

R/ Es totalmente conveniente integrarlo ya que se puedan comercializar mejor sus productos dándose a conocer más ampliamente.

1. Para que productos el canal del comercio electrónico ofrece una gran ventaja?

R/ Para todo producto que se dé a conocer por vía electrónica.

1. Que caracteriza a estos productos?

R/ Todos los productos que se ofrecen en línea a los diferentes compradores siempre van a abastecer las necesidades de los mismos con una amplia descripción de los mismos dándole la posibilidad de escoger entre varias opciones.