

“Preparando el Centro de Distribución para el crecimiento estratégico de la empresa”

Agosto de 2011



Mi Cliente!!!!

Contenido

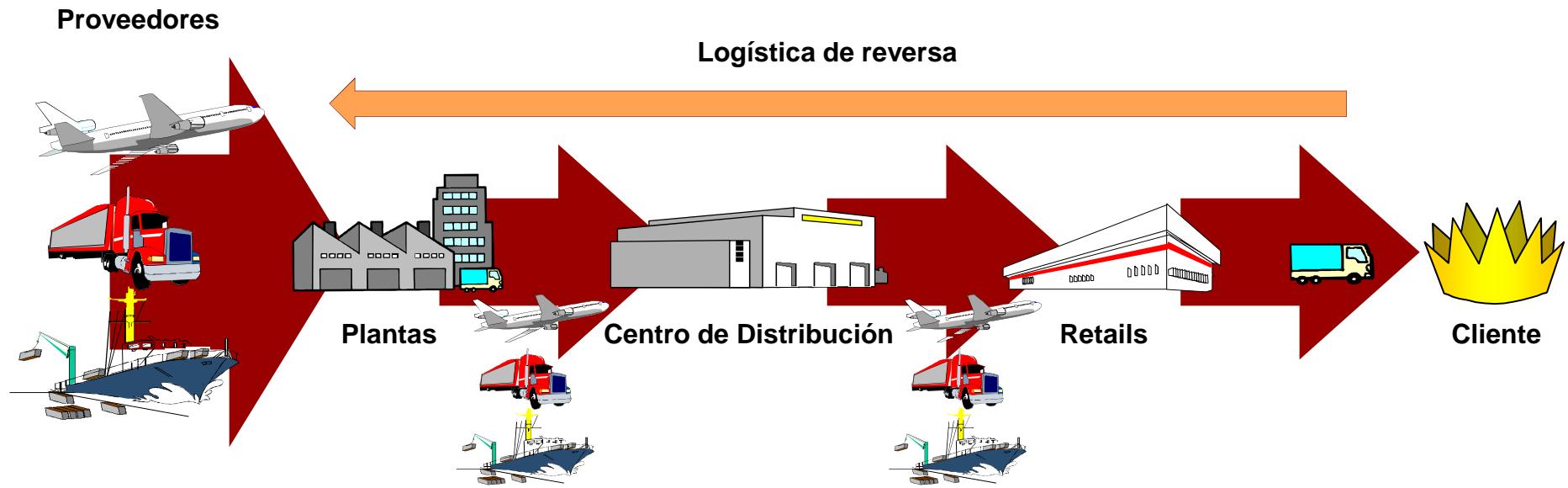
1. ¿Cuál es el rol del Centro de Distribución en el crecimiento de la empresa?
2. ¿Cómo saber si el Centro de Distribución está preparado para el crecimiento?
3. Preparar y acondicionar el Centro de Distribución para sustentar el crecimiento

1

Rol del CD en el Crecimiento

¿Cuál es el rol del Centro de Distribución en el crecimiento de la empresa?

El CD es parte de la cadena de suministro y distribución de la empresa, por lo tanto tiene un rol operacional que cumplir.



Su rol en la operación es asegurar la entrega de los productos que maneja y tiene disponible en la cantidad, calidad, tiempo y lugar requerido por el cliente con la mayor visibilidad, eficiencia y eficacia posible.

Evitar romper la cadena de abastecimiento y distribución.

¿Cuál es el rol del Centro de Distribución en el crecimiento de la empresa?

El rol del CD en el crecimiento de la empresa, es prestar los servicios logísticos, centrados en el cliente (interno y externo) según la estrategia de la empresa, que sean necesarios para soportar con éxito el futuro proyectado.

Considerando las siguientes dimensiones del CD:

- Recurso Humanos
- Infraestructura
- Tecnología
- Equipos
- Maquinarias
- Capital de trabajo
- Inversión

La empresa debe evaluar los beneficios generados por la estrategia de crecimiento, incorporando los recursos necesarios a invertir en el CD, para prestar los servicios logísticos requeridos para soportar con éxito el plan de crecimiento, donde el CD será una parte importante en la sustentación del crecimiento.

¿CD Preparado para el Crecimiento? 2

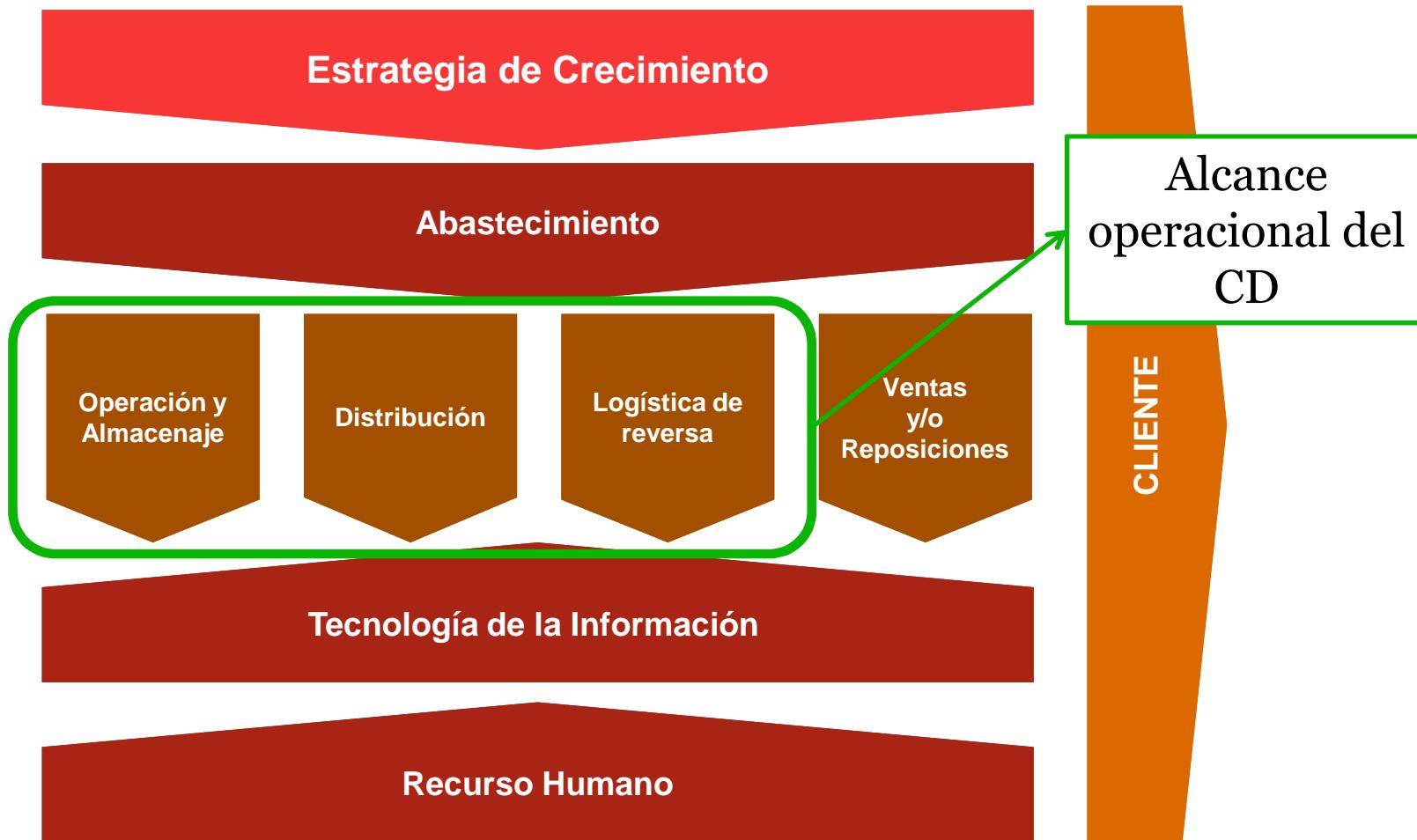
¿Cómo saber si el Centro de Distribución está preparado para el crecimiento?

1. ¿Las operaciones y servicios logísticos que presta el CD están alineados con la nueva estrategia de crecimiento de la empresa?

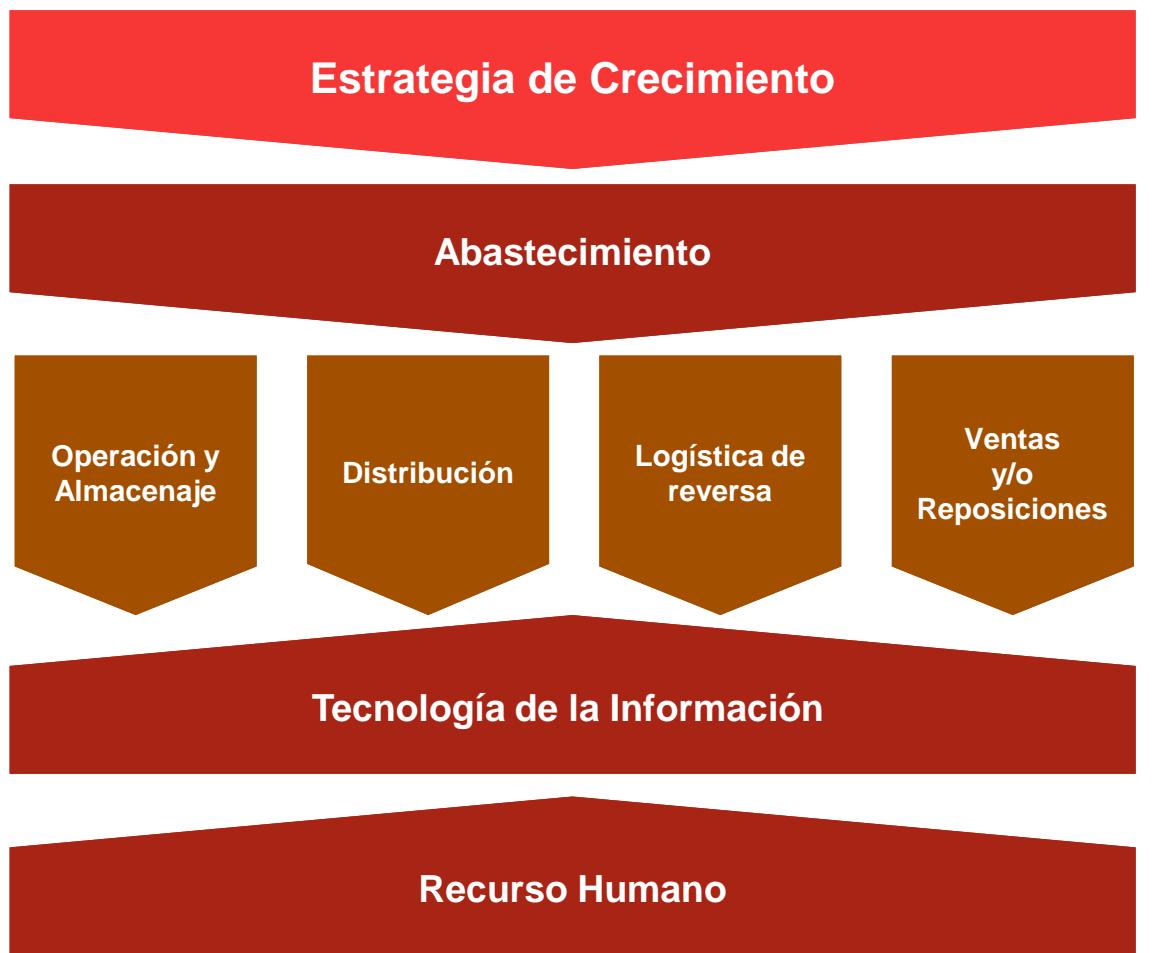
Para responder esta pregunta se deben tener respuestas a las siguientes consultas:

- a) ¿Qué quiere o espera mi cliente externo?
- b) ¿Qué necesita mi cliente interno? ¿Cómo recibe los productos y como los entrega?
- c) ¿Cambia el modelo de negocio?
 - Nuevos canales de ventas, productos y servicios (cambio plazos de entregas, servicios a domicilio del cliente, embalado, maquila, etc.)
- d) ¿En que se va a crecer?
- e) ¿Cuánto se va a crecer?
- f) ¿Cómo se va a crecer?
- g) ¿Cuándo se va a crecer?

¿Cómo saber si el Centro de Distribución está preparado para el crecimiento?



¿Cómo saber si el Centro de Distribución está preparado para el crecimiento?



CLIENTE

Identificar los nuevos requerimientos necesarios, para enfrentar con éxito el crecimiento proyectado.

Definir y cuantificar las brechas operacionales, tecnológicas, humanas e infraestructuras que puedan existir.

¿Cómo saber si el Centro de Distribución está preparado para el crecimiento?

2. ¿El CD tiene la capacidad operacional para hacer frente al crecimiento proyectado?

Para responder esta pregunta se debe evaluar si las brechas identificadas y cuantificadas, entre la situación actual y futura, pueden ser cubiertas por el CD en los siguientes aspectos:

- a) Capacidad de almacenamiento
- b) Capacidad de recepción
- c) Capacidad de despacho
- d) Tiempo de respuesta comprometidos
- e) Aseguramiento de la calidad
- f) Trazabilidad de las operaciones
- g) Costos operacionales
- h) Capacidad del recurso humano

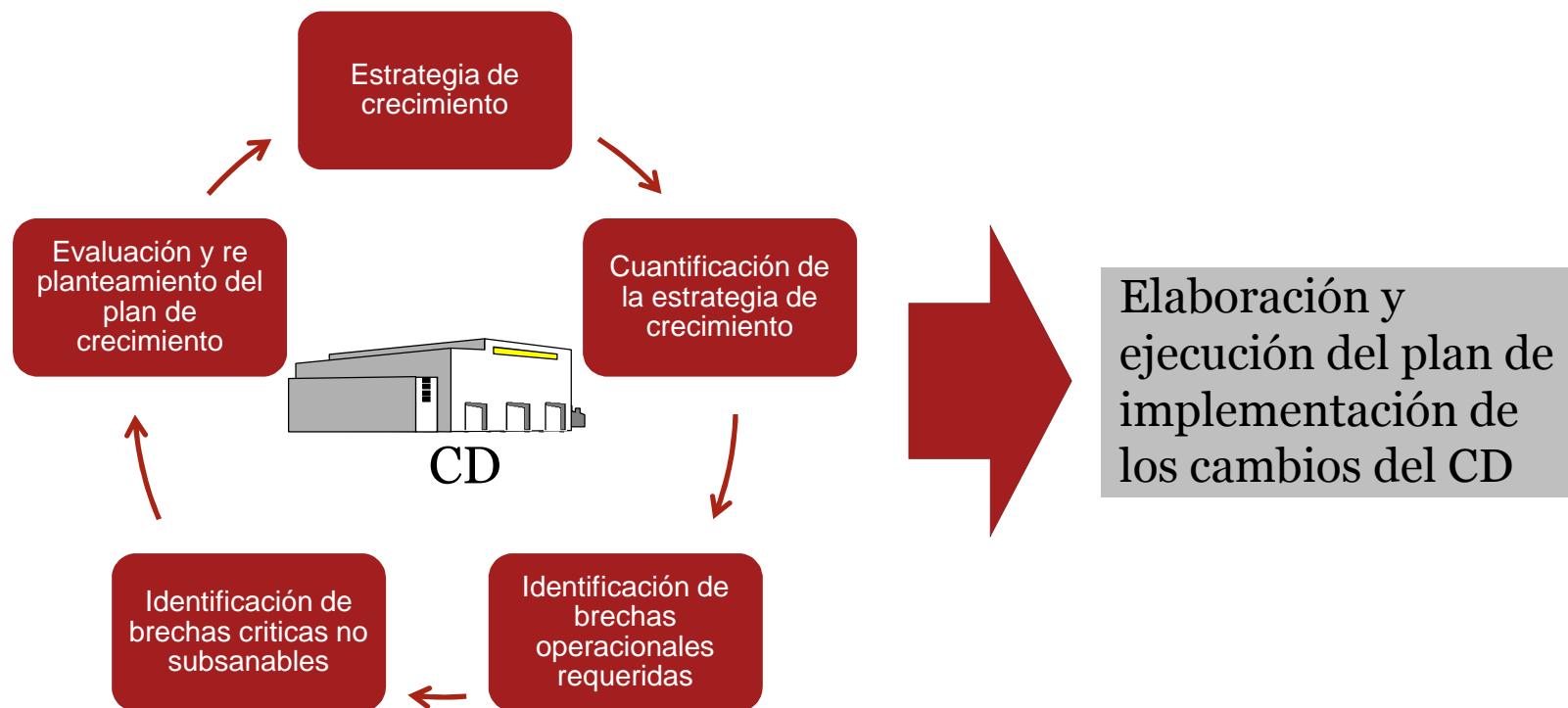


- 1. Infraestructura
- 2. Recurso humano
- 3. Técnicas de almacenaje
- 4. Equipos
- 5. Tecnología y Sistemas
- 6. Inversión y capital de trabajo

¿Cómo saber si el Centro de Distribución está preparado para el crecimiento?

2. ¿El CD tiene la capacidad operacional para hacer frente al crecimiento proyectado?

Identificar si alguna de las brechas detectadas invalidan o convierten en inviable el plan de crecimiento definido.

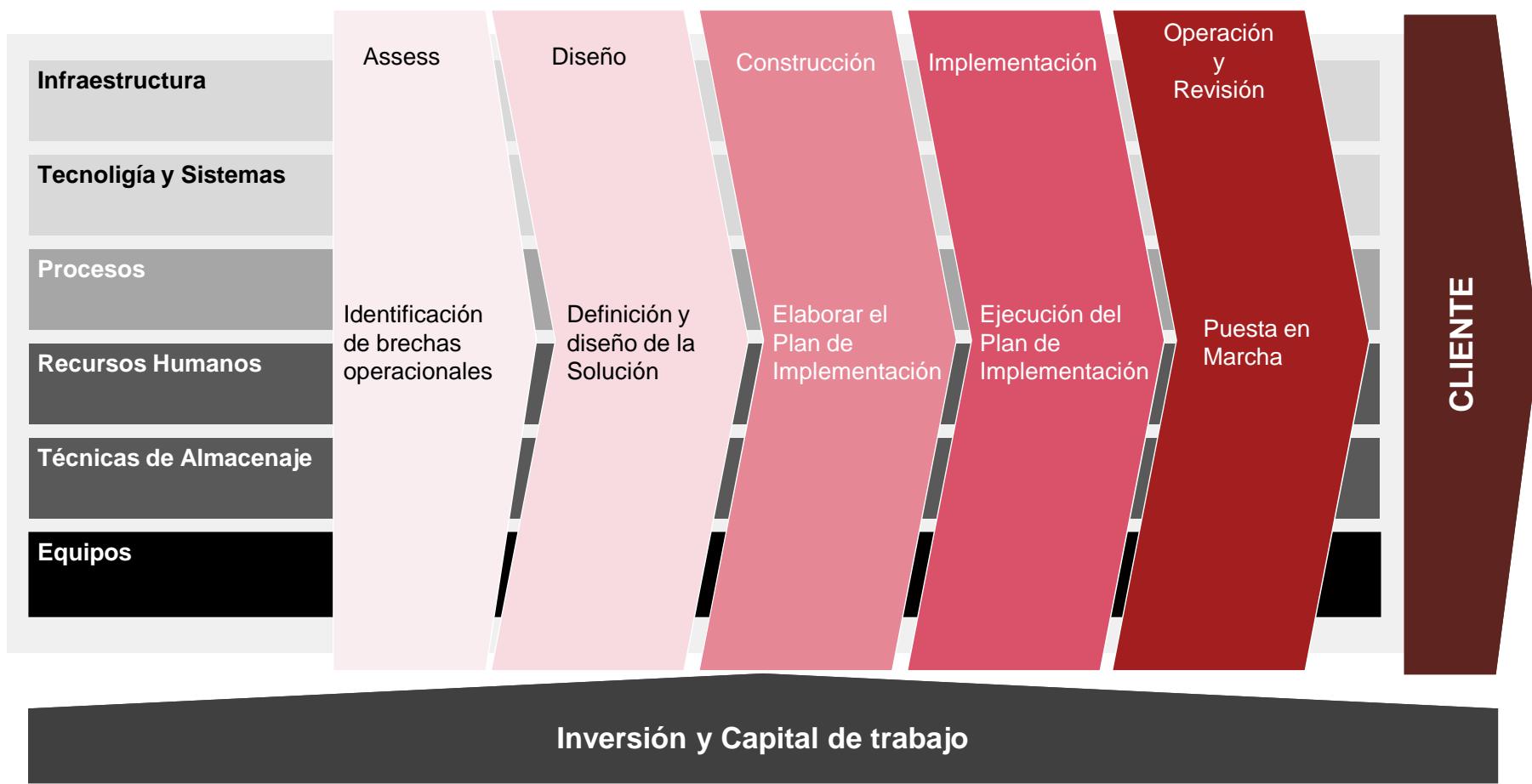


Preparar al CD para el crecimiento

3

Preparar y acondicionar el Centro de Distribución para sustentar el crecimiento

Ejecución de la estrategia de crecimiento



Preguntas o Comentarios

www.pwc.com

Gracias

Agosto de 2011

pwc