

Índice

El autor y los colaboradores	13
Agradecimientos	17
Prólogo	19
Prefacio. Sencillo, pero no fácil (1)	23
Sencillo, pero no fácil.	24
La era de la aceleración, habilidades para el siglo XXI y aprendizaje basado en la experiencia	25
Las múltiples dimensiones de la gestión de la cadena de suministro	27
Estructura del libro	29
Visita guiada, recursos web y juego de simulación empresarial	32

PRIMERA PARTE

Fundamentos

1. Introducción	37
¿Qué es una cadena de suministro?	37
¿Qué aspecto tiene una cadena de suministro?	44
Resumen	50
2. Dimensión empresarial de la cadena de suministro	51
Perspectiva del sector: estrategia competitiva	52
El <i>qué</i> de la actividad de la empresa: clientela y propuestas de valor	54
El <i>cómo</i> de la actividad de la empresa: ventajas competitivas	58

La cadena de suministro y las finanzas de la empresa: el <i>cuánto</i> . . .	61
La cadena de suministro como parte de una empresa sostenible . .	69
Resumen	79
3. La dimensión técnica de la cadena de suministro	81
De la estrategia empresarial a las estrategias de la cadena de suministro: tipologías	81
Infraestructura física o red: <i>push/pull</i> , instalaciones y transporte . .	88
Integración hacia delante y hacia atrás: subcontratación y colaboración externa	98
Planificación y control: procesos, previsiones, inventarios, producción	104
Información, sistemas y aspectos organizativos	119
Resumen	121
4. La dimensión del liderazgo de la cadena de suministro	123
Poner a la gente en marcha: cómo medir el rendimiento y establecer unos objetivos	124
Gestión de las partes interesadas, silos funcionales y cultura corporativa	126
Confianza y coordinación: colaboración interna y rendimiento de los equipos	127
Confianza y coordinación: colaboración externa y transparencia . .	133
El papel del liderazgo en la cadena de suministro	139
Resumen	142
5. Sencillo, pero no fácil (2). Complejidad y alineamiento	145
Complejidad	145
Compensaciones: no se puede tener todo	147
Alineamiento interfuncional: S&OP e IBP	149
Resumen	151

SEGUNDA PARTE

Gestionar los fundamentos

6. Pongamos nuestros conocimientos en acción con una simulación de la cadena de suministro. ¡Que empiece el juego!	155
El juego de simulación empresarial <i>The Fresh Connection</i>	155
El equipo SuperJuice	157

Bob McLaren, el propietario de la empresa	157
The Fresh Connection: la empresa, la misión, la experiencia . . .	159
Volvemos a la teoría por un momento	162
¿Qué pasa con The Fresh Connection?	164
La jugabilidad de <i>The Fresh Connection</i>	173
Resumen	176
7. Gestionar la dimensión empresarial en la cadena de suministro	179
Estrategia competitiva	179
Clientela y propuestas de valor	181
Cadena de suministro y finanzas	183
Resumen	186
8. Gestionar la dimensión técnica de la cadena de suministro . .	189
Estrategias de la cadena de suministro	190
Los promedios matan	193
Infraestructura física	195
Planificación y control	207
Información y sistemas	229
Resumen	234
9. Gestionar la dimensión de liderazgo de la cadena de suministro	235
Medición del rendimiento y establecimiento de objetivos	235
Gestión de las partes interesadas: silos funcionales	239
Confianza y coordinación: colaboración interna y rendimiento del equipo	240
Confianza y coordinación: colaboración externa y transparencia . .	244
Gestión de las partes interesadas directas	245
Resumen	248
10. Sencillo, pero no fácil (3). Complejidad y alineamiento	251
Una revisión de las estrategias de la cadena de suministro	251
Complejidad	252
Pros y contras: algunos casos tomados del mundo empresarial . .	255
Alineamiento interfuncional: S&OP.	257
Resumen	259

TERCERA PARTE
Más allá de los principios fundamentales

11. La cadena de suministro en un mundo VUCA	263
Un mundo VUCA	263
Visualización del <i>statu quo</i> : plantilla para el modelo de negocio .	264
Resumen	268
12. Imaginar los retos empresariales de la cadena de suministro	269
Las fuerzas del mercado: los nuevos participantes y la dura competencia	269
La necesidad de los nuevos modelos de negocio	274
Transformación en responsable y verde	277
Paso 1: hacer operativa la triple cuenta de resultados (<i>Triple Bottom Line, TBL</i>)	281
Paso 2: definir acciones	281
Paso 3: definir un proyecto piloto relacionado con la economía circular	285
Cambios en el entorno externo: PESTEL	287
Paso 1: identificar tendencias y desarrollos	287
Paso 2: analizar posibles impactos	290
Paso 3: definir acciones	290
Una emergencia	290
Gestión de la incertidumbre: evaluación de riesgos	291
Resumen	294
13. Retos técnicos para la cadena de suministro.	295
Desafiar la configuración <i>push/pull</i>	297
Desafíos a la capacidad	299
Un nuevo desafío: la vida útil de la maquinaria	302
El diseño de la red	303
Segmentos y canales	305
Desafiar el <i>statu quo</i> de la clientela	308
Propuestas de valor	310
Resumen	312

14. La cadena de suministro y los retos de liderazgo	313
Cómo gestionar un número creciente de partes interesadas . . .	313
El liderazgo y la cadena de suministro en el mundo VUCA . . .	316
Cómo gestionar la confianza y la colaboración	318
Resumen	323
15. Conclusión. Sencillo, pero no fácil (4): complejidad y alineamiento	325
Las estrategias de la cadena de suministro, revisadas una vez más . .	325
The Fresh Connection: y ahora ¿qué?	326
Bob McLaren está de vuelta	329
Cerrando el círculo: el ciclo de aprendizaje basado en la experiencia	331
Apéndice. <i>The Fresh Connection</i> y el aprendizaje basado en la experiencia	335
La edad de la aceleración	335
Competencias del siglo XXI	336
El aprendizaje basado en la experiencia	338
Cómo gestionar la cadena de suministro	340
Bibliografía	343