



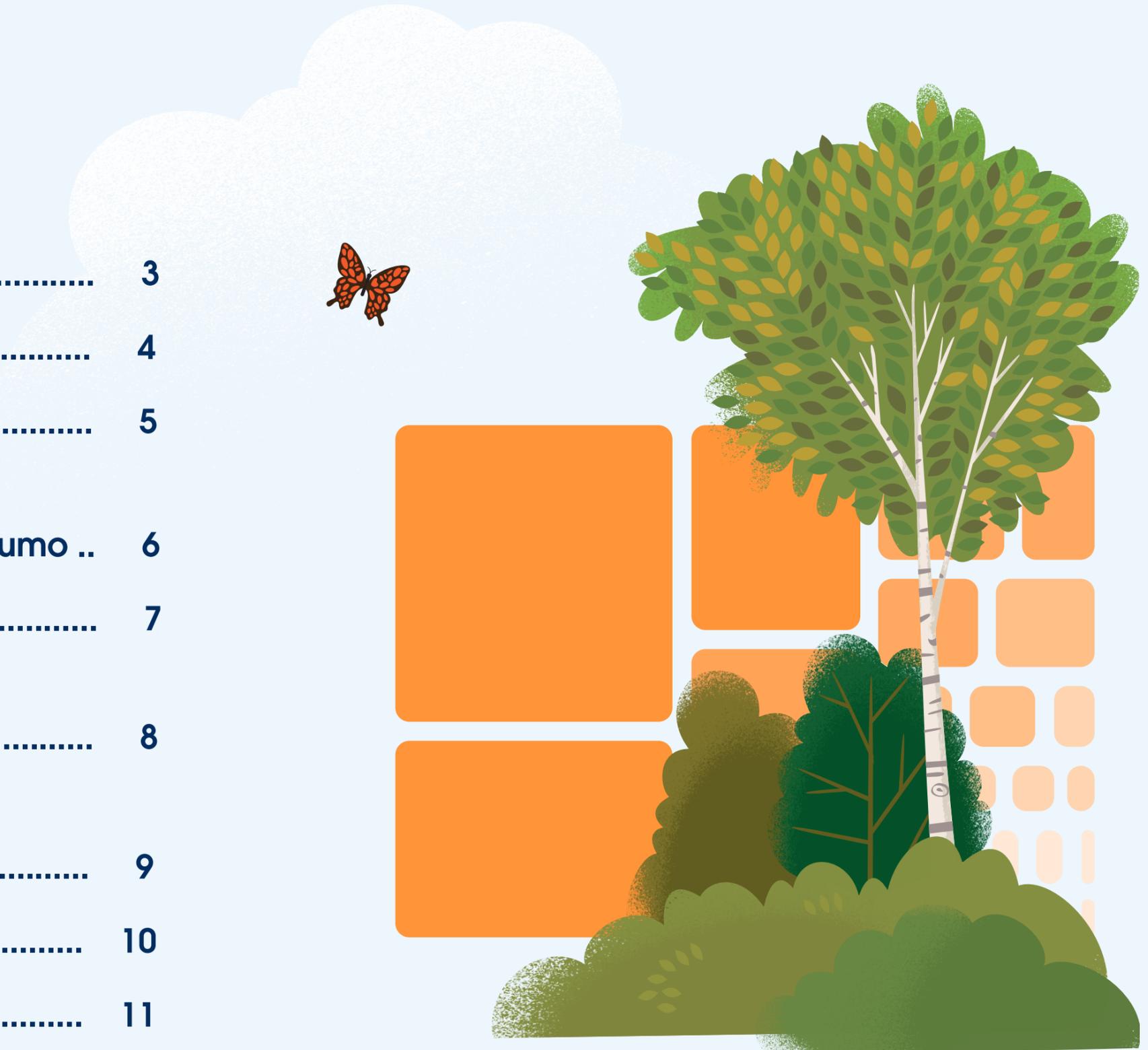
Comercio minorista y bienes de consumo: cómo abordar las interrupciones de la cadena de suministro con confianza

Tome decisiones basadas en los datos para maximizar los márgenes de beneficios, mitigar las interrupciones e impulsar ahorros para los clientes



ÍNDICE

Interrupciones en la cadena de suministro que causan pérdida de ingresos.....	3
Los desafíos internos y externos.....	4
Henkel ahorra millones por año	5
La transparencia de la cadena de suministro, responsable del éxito en el mercado de bienes de consumo ..	6
Mondelēz International transforma las adquisiciones	7
La transparencia de la cadena de suministro, responsable del éxito en el mercado minorista.....	8
Un portal de autoservicio abre la puerta a nuevos ingresos y ahorros.....	9
Los datos conectados brindan la agilidad necesaria	10
Cómo comenzar	11



Las interrupciones en la cadena de suministro podrían haber causado **pérdidas de ingresos de hasta USD 4 billones***

Cuando las piezas de dominó de la cadena de suministro se derrumban, la visibilidad es fundamental para volver a colocarlas en su lugar.

En la cadena de suministro de venta minorista y bienes de consumo, los cambios repentinos e inesperados han desencadenado un efecto dominó tras otro. En respuesta a esto, las empresas se han esforzado por encontrar parches y soluciones alternativas tratando de satisfacer las exigencias de los clientes en circunstancias de volatilidad.

Desde el inicio de la pandemia, los actores del mercado de venta minorista y bienes de consumo han enfrentado desafíos. Estos incluyen el aumento de los costos de envío, un pronóstico inadecuado de la demanda y pérdida de oportunidades de ingresos (falta de productos o demasiadas existencias en el inventario, lo que lleva a aplicar descuentos). A todo esto se suma una falta general de preparación tecnológica para ver qué está pasando en cada etapa de la cadena de suministro.

Como ayuda para colocar correctamente las piezas de dominó en sus respectivas cadenas de suministro, las organizaciones de venta minorista y bienes de consumo están recurriendo al análisis de datos y la automatización. Las empresas pueden administrar mejor la inestabilidad de la cadena de suministro si aprovechan la información en tiempo real de la torre de control de la cadena de suministro en Tableau.

Adquieren la capacidad de visualizar la cadena de suministro completa en tiempo real y tomar decisiones basadas en los datos para pronosticar la demanda y mitigar los riesgos. La solución rentable de Tableau automatiza las tareas para aumentar la productividad.

* GEP, 24 de marzo de 2021

Las estadísticas muestran el impacto de este desequilibrio:



Aumento de 12 veces en los costos para enviar un contenedor de Shanghái a Los Ángeles



El 11 % de los vendedores de bienes de consumo envasados (CPG) experimentaron un 7,4 % de pérdidas en las ventas debido a falta de inventario en 2021



Los inventarios minoristas aumentaron un 10 % más rápido que las ventas

Fuentes: 1. New York Times, 31 de octubre de 2021 2. Food Manufacturing, 24 de febrero de 2022 3. Reuters, 27 de mayo de 2022

Los desafíos internos y externos

Para recuperar su posición en la cadena de suministro global actual, las empresas deben enfrentar desafíos tanto a nivel interno como externo.

Internos

La mayoría de los equipos de ventas, operaciones, finanzas y análisis, así como los líderes de las empresas, no disponen de una única fuente de datos. Es decir, no pueden tomar decisiones de manera rápida y ágil para hacer crecer su negocio. Sin datos en tiempo real que se puedan entender, las organizaciones no pueden saber qué pedir a los proveedores, proyectar pedidos o identificar tendencias que revelen oportunidades de ingresos.

Solo el 24 % de los líderes del sector de bienes de consumo* afirman que sus herramientas de análisis les brindan visibilidad integral. Por eso, no resulta sorprendente que casi la mitad de las empresas actuales estén reasignando sus presupuestos para invertir más en soluciones de análisis y de CRM.

Externos

Si bien las empresas cuentan con grandes cantidades de datos en toda su cadena de suministro, estos se encuentran aislados en silos que no están conectados entre sí. ¿El resultado? No se comparten los datos. Por lo tanto, no tienen una visibilidad integral de todas las partes de la cadena de suministro, desde los proveedores hasta los centros de venta minorista. Las empresas tampoco pueden compartir los datos públicos externos, como datos demográficos o climatológicos. Estos brindarían información útil para la cadena de suministro.

De acuerdo con una proyección de Data Warehousing Institute, los datos incorrectos, sucios o faltantes les cuestan a las empresas más de USD 600 000 millones al año.**

Las preguntas críticas requieren respuestas

En la actualidad, las empresas de bienes de consumo se están haciendo las siguientes preguntas:

- ¿Dónde podemos reducir los costos?
- ¿Cómo podemos diversificar la cadena de suministro?
- ¿Cómo podemos ser más proactivos y menos reactivos en nuestra cadena de valor?
- ¿Podemos ver cuándo se atrasan las materias primas y dónde se están estancando?
- ¿Cómo está afectando la crisis de la cadena de suministro al precio de los productos que se venden?
- ¿De qué manera podría ayudar el acceso a los datos en tiempo real a administrar estos costos?

Por su parte, los vendedores minoristas tienen sus propias preguntas sin responder:

- ¿Las marcas blancas nos darían más control o generarían más distracciones a la hora de mantener los estantes abastecidos?
- ¿Estamos trabajando con socios confiables?
- ¿Nuestros envíos llegarán a tiempo y completos?
- ¿Nuestro rendimiento se adecúa a nuestros KPI?
- ¿Cómo podemos conectar mejor nuestra información para detectar los problemas de la cadena de suministro a tiempo?

* GEP, 24 de marzo de 2021

** El alto costo de los datos incorrectos para la administración de la cadena de suministro, Trax, 14 de enero de 2022



La torre de control de la cadena de suministro de Tableau ayuda a responder estas preguntas, ya que brinda transparencia total basada en datos en tiempo real. De este modo, proporciona no solo visibilidad, sino también información útil a todos los equipos para lograr un nuevo nivel de agilidad en la cadena de suministro.

HISTORIA DE CLIENTE

Henkel ahorra millones por año con su cadena de suministro digital galardonada

“En los próximos años, tenemos que adoptar un enfoque diferente en relación con estas cadenas de suministro ‘justo a tiempo’. Tenemos que ser más inteligentes. Es posible que se produzca una discusión sobre costos y beneficios en la empresa, pero percibo que están listos para invertir en resiliencia”.

—Dirk Holbach, director de cadena de suministro,
Henkel Laundry and Home Care

Reto

La visibilidad y la transparencia de los datos son fundamentales para las operaciones globales a gran escala de Henkel. Sin embargo, la empresa no disponía de una herramienta de análisis sofisticada, integral y centralizada, fundamental para garantizar la agilidad y el éxito del negocio.

Solución

Henkel implementó Tableau en 2016 por recomendación de un proveedor.

La empresa pasó de utilizar herramientas de generación de informes básicas tradicionales a centralizar sus datos en un único lugar para automatizar la información. Como resultado, pudieron aumentar la eficiencia e identificar ahorros de costos.

Resultados con Tableau

Gracias a la solución, todas las unidades de negocios pudieron automatizar el intercambio de datos precisos y la generación de informes. Esto le permitió a Henkel ahorrar € 4 millones por año en costos de energía. Además, redujeron el consumo de energía un 20 por ciento. La empresa ha podido llevar un control del inventario a nivel global de equipos de protección personal y de las operaciones durante toda la pandemia de COVID-19.



La transparencia de la cadena de suministro, responsable del éxito en el mercado de bienes de consumo

A medida que siguen surgiendo interrupciones que derrumban las piezas de dominó de la cadena de suministro, las empresas de bienes de consumo sufren un golpe tras otro debido a la falta de transparencia integral. Sin embargo, la torre de control de la cadena de suministro integra información de todos los proveedores para brindar transparencia. De este modo, pueden actuar a partir de datos en tiempo real.

Si la empresa puede ver quién tiene las existencias que necesita, quién entregará a tiempo y quién tiene una baja tasa de productos defectuosos, puede hacer pedidos a los proveedores adecuados y así mantener las condiciones acordadas con los clientes. Si los productos se encuentran en los estantes a la hora prevista, se pueden evitar las multas por entregas incompletas o tardías. La inteligencia artificial incorporada en Tableau da lugar a nuevas oportunidades para la innovación

de productos y su combinación. Esto genera nuevos ingresos. Tableau brinda visibilidad de los KPI de la empresa. Además, propicia la toma de decisiones basadas en los datos que llevan a la empresa en la dirección correcta.

En promedio, los clientes que usan la torre de control de la cadena de suministro de Tableau experimentan una toma de decisiones un 38 % más rápida

25 % DE AUMENTO EN LOS INGRESOS

y un aumento del 35 % en el nivel de satisfacción de los clientes.*

Puede analizar qué canales están generando más dinero y optimizar los demás. Además, puede configurar alertas para notificar de manera proactiva al equipo cuando las condiciones cambian o se espera que cambien.

Si logran acelerar la obtención de valor, podrán convertir los desafíos en oportunidades más rápido que la competencia.



HISTORIA DE CLIENTE

Mondelēz International transforma las adquisiciones para ahorrar millones de dólares en costos

Mondelēz International, Inc. es el productor más grande de galletas, chocolates y golosinas del mundo, con unos ingresos netos de más de USD 20 000 millones y productos en más de 160 países.

Reto

Los datos financieros y de adquisición estaban aislados en sistemas heredados, lo que obligaba al equipo a implementar interfaces entre sistemas a fin de extraer datos. El análisis demandaba mucho tiempo y quedaba atrapado en hojas de cálculo. Eso impedía que el equipo de análisis de datos de adquisición global pudiera informar de manera eficiente a las partes interesadas o estructurar los datos en función de la adopción y satisfacción de los usuarios finales.

Solución

Mediante la transformación digital de las adquisiciones, Mondelēz utilizó Tableau con el fin de 1) establecer un único repositorio de datos para todas las transacciones de pedidos de compra y de facturación, y 2) crear una infraestructura que respalde y permita visualizar el análisis de estas transacciones.

Resultados con Tableau

La capacidad de integrar los datos de las adquisiciones, los riesgos y los sistemas financieros en 160 campos de datos y 42 millones de transacciones para crear una única fuente de veracidad brindó a Mondelēz visibilidad completa de los gastos con sus 28 000 de proveedores. La empresa pudo optimizar los términos de pago e identificar oportunidades para aumentar el valor a partir de los proveedores existentes.

Los equipos de finanzas y adquisiciones trabajaron conjuntamente para eliminar costos innecesarios y mejorar la eficiencia operativa mediante nuevas funcionalidades de colaboración. Mondelēz desveló datos de la cadena de suministro. Esto le permitió alcanzar sus objetivos de sostenibilidad integral. Además, lograron lo siguiente:

- 90 % de aumento en la eficiencia
- 76 % de aumento de la productividad
- 7000 horas ahorradas por año en la generación de informes

La transparencia de la cadena de suministro, responsable del éxito en el mercado minorista

Los supervisores del sector están de acuerdo en que las cadenas de suministro de venta minorista seguirán viéndose sometidas a una gran presión. Seguirán evolucionando en los próximos años para adaptarse al aumento de los costos de fletes o los desafíos relacionados con la capacidad, además de los incrementos en los costos de materiales y mano de obra.

Pero, si bien algunas organizaciones están teniendo dificultades para superar estos desafíos, Tableau ve una oportunidad para que le ganen participación en el mercado a la competencia.

Cuando se crean flujos de trabajo autónomos y se aprovecha la eficacia de la inteligencia artificial desde la torre de control de la cadena de suministro, se puede obtener de manera proactiva la información clave necesaria para detectar tendencias y tomar decisiones más rápido. Esto optimiza el planeamiento de la demanda. Como resultado, puede adelantarse a las demoras a la hora de repetir los pedidos.

Asimismo, puede ofrecer mejores experiencias de devolución a los clientes y las empresas de bienes de consumo. Como resultado, se protegen los márgenes perdidos debido a los costos de envío y a los productos devueltos que no pueden volver a venderse. Además, estarán en sintonía con los patrones de compra actuales, ya que optimizarán la ejecución de las tiendas como centro de distribución y punto de entrega para retirar productos adquiridos en línea.

Los datos permiten conectar los puntos

Todas las empresas se han esforzado por adaptarse a medida que la demanda y la capacidad fueron creciendo en los últimos años. Se dieron cuenta de que solo comprender su propia cadena de suministro ya no es suficiente. Fuerzas más amplias del sector son las que han intensificado la presión externa.

Sin embargo, tener acceso a datos en tiempo real desde cualquier parte de la cadena de suministro permite conectar los puntos. De este modo, las empresas de venta minorista y bienes de consumo pueden sortear la imprevisibilidad actual.

La torre de control de la cadena de suministro de Tableau arroja luz sobre algo que antes estaba inmerso en la oscuridad. Brinda información sobre las existencias disponibles, advertencias tempranas sobre los envíos o demoras, y fluctuaciones en las demandas de los clientes.

El análisis predictivo,
**CON TECNOLOGÍA DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL
Y APRENDIZAJE AUTOMÁTICO,**

ayuda a determinar la probabilidad de resultados futuros y tomar medidas anticipadas antes de que surjan los problemas.

Un portal de autoservicio abre la puerta a nuevos ingresos y ahorros

Las interacciones con los proveedores pueden consumir mucho tiempo, además de resultar costosas y frustrantes. De acuerdo con las investigaciones, una empresa típica dedica del 15 al 20 % del tiempo de sus equipos de cuentas por pagar a responder llamadas relacionadas con preguntas frecuentes de los proveedores, como las siguientes: ¿Se cargó mi factura en el sistema? ¿Cuándo van a realizar el pago? ¿A qué factura corresponde el cheque que recibí?

Tableau resuelve este problema. Les brinda a los proveedores un portal de autoservicio que ayuda a simplificar la comunicación y la colaboración en toda la cadena de suministro. Además, elimina la tarea de introducir datos por parte del comprador.

Un portal de autoservicio elimina el papel en pos de la sostenibilidad y reduce drásticamente los errores a la hora de introducir los datos. Asimismo, proporciona otros servicios que reducen las dependencias y el desperdicio de recursos en el equipo de cuentas por pagar. Podrá hacer lo siguiente:

-  Aumentar el cumplimiento de los procedimientos de incorporación de proveedores
-  Capturar un mayor porcentaje de descuentos por pago anticipado
-  Reducir el riesgo de que se produzcan interrupciones en la cadena de suministro o fraudes de los proveedores
-  Mejorar la satisfacción de los proveedores en todo el mundo
-  Reducir los costos por proveedor, factura y consulta
-  Mejorar la satisfacción del proveedor

Gracias al intercambio de datos, Coca-Cola y Walmart pudieron reducir USD 20 millones en ventas perdidas en un período de 13 semanas. Además, los minoristas están creando nuevos flujos de ingresos mediante la monetización de sus datos con sus proveedores: Para impulsar los ingresos, Ocado, el minorista de venta en línea de alimentos más grande del mundo, con sede en el Reino Unido, brinda a los proveedores los datos que necesitan para entender mejor a sus clientes.

Con datos más conectados, puede cerrar la brecha para entender mejor los retornos de la inversión de sus promociones.

Los datos conectados brindan la agilidad necesaria

Con transparencia en toda la cadena de suministro, presentada mediante visualizaciones de datos fáciles de entender, Tableau ayuda a superar las continuas interrupciones con confianza.

Si bien es posible que las piezas de dominó no se estabilicen en un futuro cercano, el análisis predictivo permite detectar tendencias, para poder tomar medidas destinadas a mitigar los riesgos y aprovechar nuevas oportunidades.



La conectividad de datos y la transparencia en la cadena de suministro es el siguiente paso para la creación de una cultura de datos en toda la empresa. Si se brinda acceso a los datos a los equipos de ventas, finanzas y atención al cliente, así como a todo aquel que forme parte de la cadena de suministro, todos estarán capacitados para ayudar a corregir los desequilibrios existentes y tomar decisiones rápidas y ágiles que hagan crecer el negocio.

Cómo comenzar

Este es el momento perfecto para comenzar a entender las necesidades de la cadena de suministro, simplificar la distribución, analizar el inventario e impulsar la eficiencia operativa.

El Blueprint (modelo) de Tableau lo ayuda a comenzar con el pie derecho. Se trata de una metodología comprobada paso a paso para implementar Tableau en la organización. Comience hoy mismo.

MÁS INFORMACIÓN





Tableau ayuda a las personas a ver y comprender los datos.

Tableau ofrece un análisis visual con inteligencia artificial eficaz, administración de datos y colaboración. Clientes de todo el mundo, que incluyen desde individuos hasta organizaciones de distintos tamaños, eligen usar el análisis avanzado de Tableau para tomar valiosas decisiones basadas en los datos.

Tableau se integra con Salesforce Customer 360, una plataforma de administración de relaciones con los clientes (CRM) que conecta a toda la empresa con una vista compartida de los datos de los clientes. De este modo, todos los departamentos tienen acceso a las funciones de análisis más eficaces, completas e intuitivas directamente en los flujos de trabajo. Al hacer que los datos de los clientes ocupen un lugar central en su trabajo, mejorará las relaciones con sus clientes y empleados.