

## Caso de Estudio

# Logrando una Transparencia Integral en la Cadena de Suministro y Alineándose con los Objetivos Organizacionales a través de la Integración Ascendente

### Descripción del Cliente

Uno de los clientes de Automated Logistics Systems, un proveedor automotriz (Tier 1) de reguladores de ventanas, módulos de puertas y cables de control mecánico, tenía una fuerte presencia operativa en Norteamérica, específicamente en Michigan y México. El principal indicador clave de rendimiento (KPI) del cliente era el costo aterrizado, es decir, el valor de su material en comparación con el costo total de envío de ese material.

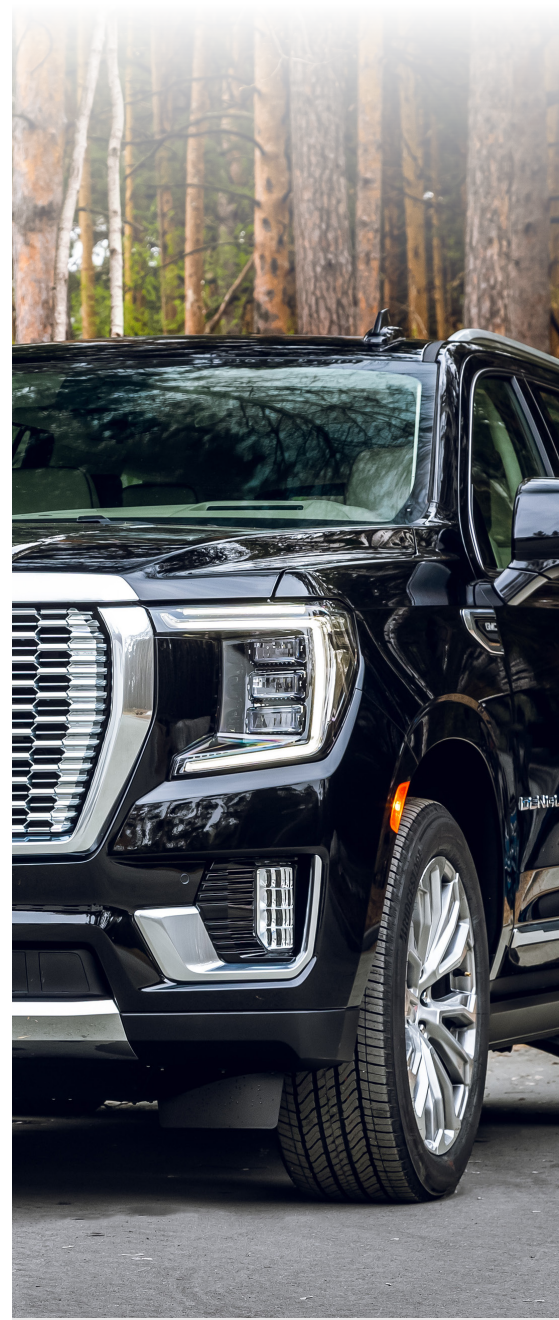
### El Desafío

La raíz del problema del cliente era que tenían una estrategia de cadena de suministro descentralizada entre sus cuatro plantas. Debido a esta estrategia descentralizada, no estaban aprovechando las sinergias y eficiencias de toda su red, y en cambio, todas las plantas tomaban decisiones independientes. Las cuatro plantas tenían proveedores similares, rutas similares y ubicaciones de envío similares, pero no estaban maximizando su escala utilizando una estrategia logística centralizada.

Otro desafío que tenía el cliente era la falta de visibilidad de los envíos día a día, lo que les presentaba importantes desafíos para optimizar sus KPI. Solo podían evaluar el logro de sus objetivos al final del año, lo que limitaba su capacidad para responder a sus operaciones logísticas a lo largo del año. Esta falta de una estrategia proactiva les dificultaba rastrear y cumplir con su KPI de costo aterrizado.

### La Solución

ALS comenzó centrándose en una relación gestionada por segmentos con el cliente. Comenzando por una de las instalaciones del cliente en Michigan, ALS creó una estrategia logística que obtenía todos



### Industria/Mercado

- Automotriz

### Herramientas/Soluciones Clave

- Transporte gestionado
- Microsoft Power BI
- Administración 4PL
- Visibilidad de red

### Beneficios Adicionales

- Seguimiento de KPI
- Integración de sistemas con proveedores
- Mejora en el rendimiento puntual
- Evaluación de transportistas
- Aumentos de tarifas mitigados

los insumos apropiados para poder medir el costo de transporte del cliente como un porcentaje del inventario y proporcionarles visibilidad día a día.

### Visibilidad

ALS trajo el archivo PFEP (Plan Para Cada Parte) del cliente a su base de datos y utilizó esa información para comprender las partes, inventario y costos del cliente. Luego, ALS implementó una herramienta de gestión aguas arriba para conectarse a los datos de gestión de liberación del cliente e importó esos datos a un panel de control personalizado del cliente en Microsoft Power BI. Como resultado, ALS no solo pudo informar sobre la visibilidad histórica y diaria del cliente, sino también brindar al cliente un pronóstico proactivo que los ayudó a alcanzar sus metas de rendimiento.

### Solucion

Con acceso a los datos de gestión de lanzamientos del cliente, ALS podría salir con 6 semanas de anticipación para capturar todos los datos de lanzamiento requeridos que permitirían aprovechar la optimización de la red estática y dinámica. La integración en el proceso ayudó al cliente a implementar una estrategia inteligente en su gasto logístico, lo que logró ahorrar dinero al cliente en todas las categorías.

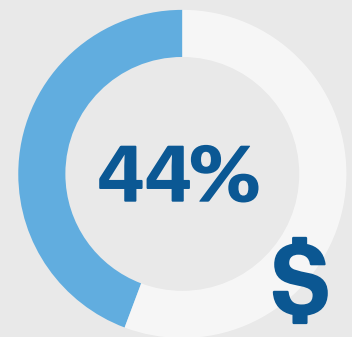
### Hoja de Ruta de Mejora Continua

Al instituir el proceso de hoja de ruta de mejora continua de ALS, se informó al cliente mensualmente sobre iniciativas de optimización estática (consolidación de carriles y minimización de volúmenes LTL), iniciativas de adquisiciones, mitigación de los aumentos generales de tarifas de los transportistas LTL y evaluación de los transportistas existentes. Este proceso se centró en lo que más le importaba al cliente y responsabilizó a ALS de impulsar la mejora continua en esas áreas.

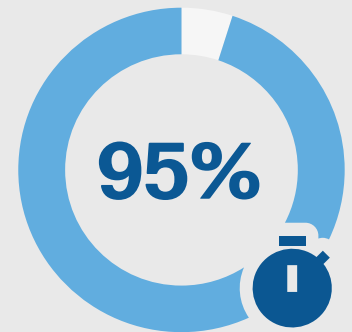
### Los Resultados

Si bien ALS comenzó con una relación administrada por segmentos con una planta, el cliente rápidamente buscó una solución para toda la empresa. Con base al valor generado, ALS creó una estrategia de servicio totalmente gestionada a nivel de red para respaldar todas las ubicaciones de fabricación de América del Norte del cliente, lo que les permitió aprovechar las sinergias y eficiencias de toda su red.

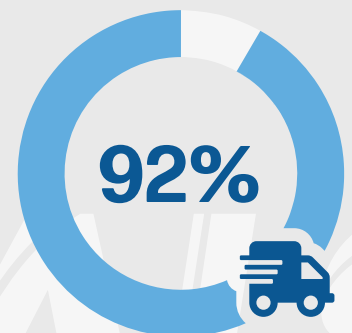
- ALS redujo el costo de transporte del cliente, como un porcentaje del inventario, del 4% al 2.25%.
- ALS llevó el rendimiento a tiempo de los cargamentos completos al 98% en la recolección y al 95% en la entrega.
- ALS mejoró el rendimiento de puntualidad para los envíos LTL al 95% para la recolección y al 92% para la entrega.
- ALS redujo el número de embarques expeditados en un año de 70 a 6.



Reducción en costos de transporte



Rendimiento puntual en entregas de carga completa (TL)



Menos expediciones