

## EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO

### **INTRODUCCIÓN**

¡Bienvenid@ a la encuesta sobre el desempeño de las cadenas de suministro en México!

¡Muchas gracias por participar!

El Programa de Desarrollo Innovador 2013-2018 de la Secretaría de Economía, prevé que México incremente y mejore su competitividad y nivel de inversión, propone mejorar el marco regulatorio aplicable; fortalecer el mercado interno y propiciar mejores condiciones para el consumidor; incrementar la productividad con una política innovadora de fomento a la industria, comercio y servicios; fomentar la innovación como impulsora del desarrollo económico; impulsar el emprendimiento y fortalecer el desarrollo empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) y los organismos del sector social de la economía, y consolidar la política de apertura comercial para promover la participación de México en la economía global, mediante el aprovechamiento y fomento de las oportunidades de negocio.

Cuatro estrategias principales:

1. Disminuir el costo logístico de las empresas
2. Desarrollar infraestructura que favorezca la integración logística y aumente la productividad regional
3. Optimizar las transacciones de comercio exterior dentro de un esquema de facilitación comercial
4. Dinamizar la modernización de los servicios

Como parte de los esfuerzos para poder cumplir con lo que propone el Programa de Desarrollo Innovador y en particular las estrategias mencionadas, es fundamental el poder trabajar de cerca con las empresas y entender las distintas variables dentro de la cadena de suministro que las impactan.

Particularmente, con los objetivos de medir el desempeño logístico de las empresas establecidas en el país, detectar áreas de oportunidad e identificar las vertientes que trazarán el rumbo de la política pública nacional en éstos ámbitos, la Secretaría de Economía (SE) ha impulsado y apoyado en el desarrollo de un Estudio de Indicadores de Desempeño en la Cadena de Suministro, el cual se llevó a cabo en los años 2008, 2009, 2011.

Este año la SE busca dar continuidad a este importante estudio con el propósito de evaluar la estrategia, planeación, operación y elementos de soporte de empresas en diversas industrias y considerando diferentes tamaños de empresas, así como una muestra más amplia y temas relevantes de la actualidad, teniendo como meta contar con, al menos, 80 participantes.

Los objetivos del Estudio de Indicadores de Desempeño en la Cadena de Suministro son los siguientes:

- Continuar midiendo el desempeño de las cadenas de suministro en México
- Identificar las principales fortalezas, brechas y áreas de oportunidad en las cadenas de suministro
- Identificar mejores prácticas (nacionales e internacionales)
- Incentivar mejoras en las cadenas de suministro
- Contribuir al diseño y desarrollo de política pública que mejore el desempeño de las cadenas de suministro y así se maximice el potencial económico de las empresas

Para lograr esto, es muy importante contar con tu participación, ya que las respuestas serán analizadas y servirán como base para poder delinear iniciativas de política pública que ayuden a mejorar la operación de la cadena de suministro y así tener un impacto positivo en la economía de las empresas y del país.



SECRETARÍA DE ECONOMÍA



## EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO

**\*\*Es importante mencionar que tanto los datos que nos has suministrado para fines de contacto, como la información que resulte de la aplicación de la encuesta, sólo se utilizarán para fines de este Estudio y se mantendrá su estricta confidencialidad y no serán proporcionados a terceros. La información que a través de la consulta nos proporcionas, será publicada en el Estudio de tal forma que los datos no podrán asociarse a la identidad ni a la identificación de persona física o moral alguna. \*\***

Atentamente,

Rodolfo Hernández Casanova.  
Director de Modernización del Comercio y los Servicios  
Secretaría de Economía

### **ESTRUCTURA DE LA ENCUESTA**

La presente encuesta se compone de las siguientes secciones:

- I. Perfil de la empresa
- II. Estrategia
- III. Planeación
- IV. Operación
- V. Soporte
- VI. Indicadores de desempeño
- VII. Política Pública

### **FECHAS**

La encuesta estará abierta desde el **22 de septiembre hasta el 14 de noviembre** . Le pedimos contestarla a la brevedad posible para evitar que se cierre y no contemos con su participación.

### **LLENADO DE LA ENCUESTA**

El formato de este cuestionario está diseñado para su impresión. Sin embargo, **la encuesta deberá de ser llenada en línea** .

### **GLOSARIO**

En el glosario podrá encontrar la definición de aquellas palabras **subrayadas y en negritas**.

### **CONTACTO**

Si tienes alguna duda acerca del llenado de la encuesta, le pedimos contactar a Guadalupe Juárez:  
Correo electrónico: [lupita\\_juarez@abtmexico.net](mailto:lupita_juarez@abtmexico.net) Teléfono: (55) 5254 2222

**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO**

<b>SECCIÓN I: PERFIL DE LA EMPRESA</b>			
<i>El objetivo de esta sección es obtener información general acerca de la empresa: tamaño, sector, logística.</i>			
<b>1.1</b>	Nombre de la persona a cargo de completar el cuestionario: _____		
<b>1.2</b>	Área o departamento al que pertenece: <input type="checkbox"/> Dirección general <input type="checkbox"/> Administración y finanzas <input type="checkbox"/> Logística <input type="checkbox"/> Cadena de suministro <input type="checkbox"/> Comercio <input type="checkbox"/> Operaciones <input type="checkbox"/> Servicio a clientes <input type="checkbox"/> Compras/abastecimiento <input type="checkbox"/> Otro ( <i>especificar</i> : _____ )		
<b>1.3</b>	Puesto que ocupa: <input type="checkbox"/> Director <input type="checkbox"/> Subdirector <input type="checkbox"/> Gerente <input type="checkbox"/> Coordinador <input type="checkbox"/> Supervisor <input type="checkbox"/> Jefe de área <input type="checkbox"/> Otro ( <i>especificar</i> : _____ )		
Nombre completo de la empresa: _____			
Sector y subsector al que pertenece:			
<b>Sector :</b>			
<input type="checkbox"/> Industrias manufactureras	<input type="checkbox"/> Comercio al por menor	<input type="checkbox"/> Transportes, correos y almacenamiento	<input type="checkbox"/> Servicios de apoyo a los negocios y manejo de residuos y desechos, y servicios de remediación
<b>Subsector:</b>	<b>Subsector:</b>	<b>Subsector:</b>	<b>Subsector:</b>
<input type="checkbox"/> Alimentos <input type="checkbox"/> Bebidas y tabaco <input type="checkbox"/> Insumos y acabados textiles <input type="checkbox"/> Productos textiles (no prendas de vestir) <input type="checkbox"/> Productos de cuero y piel <input type="checkbox"/> Industria química/farmacéutica <input type="checkbox"/> Maquinaria y equipo <input type="checkbox"/> Equipo de computación, comunicación, medición <input type="checkbox"/> Accesorios, aparatos eléctricos y de generación de energía eléctrica <input type="checkbox"/> Equipo de transporte <input type="checkbox"/> Otro ( <i>especificar</i> : _____ )	<input type="checkbox"/> Abarrotes, alimentos, bebidas, hielo, tabaco <input type="checkbox"/> Tiendas de autoservicio y departamentales <input type="checkbox"/> Artículos para cuidado de la salud <input type="checkbox"/> Artículos de papelería, esparcimiento, otros de uso personal <input type="checkbox"/> Enseres domésticos, computadoras, decoración <input type="checkbox"/> Artículos de ferretería, tlapalería y vidrios <input type="checkbox"/> Vehículos de motor, refacciones, combustibles, lubricantes <input type="checkbox"/> Ventas por Internet, catálogo impreso, televisión <input type="checkbox"/> Otro ( <i>especificar</i> : _____ )	<input type="checkbox"/> Transporte aéreo <input type="checkbox"/> Transporte por ferrocarril <input type="checkbox"/> Transporte por agua <input type="checkbox"/> Autotransporte de carga <input type="checkbox"/> Servicios relacionados con el transporte (logística de distribución) <input type="checkbox"/> Otro ( <i>especificar</i> : _____ )	<input type="checkbox"/> Servicios de apoyo a los negocios (consultoría logística)
En caso de que el sector y subsector al que pertenece su empresa no se encuentren dentro de las opciones, favor de indicarlos:			
Sector: _____			
Subsector: _____			
<b>1.5</b>	¿Qué años anteriores ha participado su empresa en esta encuesta? <input type="checkbox"/> Primer año que participa <input type="checkbox"/> 2008 <input type="checkbox"/> 2009 <input type="checkbox"/> 2011		
<b>1.6</b>	Indique el correo electrónico de contacto de su empresa: _____		
<b>1.7</b>	Indique el teléfono de contacto de su empresa: _____		
<b>1.8</b>	Seleccione el rango de empleados que laboran en su empresa: <input type="checkbox"/> 1 - 10 <input type="checkbox"/> 11 a 50 <input type="checkbox"/> 51 a 100 <input type="checkbox"/> Más de 100		
<b>1.9</b>	Seleccione el rango de ventas que realizadas por su empresa en 2013 (millones de pesos): <input type="checkbox"/> 4 ó menos <input type="checkbox"/> 4.01 - 100 <input type="checkbox"/> 100.01 - 250 <input type="checkbox"/> Más de 250		
<b>1.10</b>	Indique el último volumen anual de ventas: _____ toneladas		

**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO**

<b>SECCIÓN I: PERFIL DE LA EMPRESA (continuación)</b>	
<b>1.11</b>	Indique el número de plantas de producción con las que cuenta su empresa en México: _____ <i>plantas</i>  __  No aplica
<b>1.12</b>	Indique el número de almacenes, centros de distribución y <b>cross-docks</b> con los que cuenta su empresa en México: Almacenes en planta : _____ Centros de distribución: _____ Cross-docks: _____ Almacenes en tienda: _____  __  No aplica
<b>1.13</b>	Por punto de entrega, indique el número aproximado de <b>destinos logísticos</b> a los que llega su empresa de manera regular: Punto de entrega <b>B2B</b> : _____  __  No aplica Punto de entrega <b>B2C</b> : _____
<b>1.14</b>	Indique la procedencia de sus insumos ( <i>la suma de ambas cantidades debe de ser igual a 100</i> ): Nacional: _____ % del total de insumos Importados: _____ % del total de insumos
<b>1.15</b>	Indique el tipo de empresas que proveen sus insumos ( <i>la suma de ambas cantidades debe de ser igual a 100</i> ): PyME: _____ % del total de insumos Grande: _____ % del total de insumos
<b>1.16</b>	Indique el destino de sus productos o servicios ( <i>la suma de ambas cantidades debe de ser igual a 100</i> ): Nacional: _____ % del total de productos Extranjero: _____ % del total de productos
<b>1.17</b>	¿En qué porcentaje se utilizan los siguientes medios de transporte en la logística <b>inbound</b> ? ( <i>la suma de todas las cantidades debe de ser igual a 100</i> ) Aéreo: _____% Ferroviario: _____% Terrestre: _____% Multimodal: _____%
<b>1.18</b>	¿En qué porcentaje se utilizan los siguientes medios de transporte en la logística <b>outbound</b> ? ( <i>la suma de todas las cantidades debe de ser igual a 100</i> ) Aéreo: _____% Ferroviario: _____% Terrestre: _____% Multimodal: _____%
<b>1.19</b>	Indique los canales de venta que utiliza su empresa en México: ( <i>si no se realizan ventas por Internet pasar a la siguiente sección</i> )  __  <b>Personales</b> (cara a cara)  __  Catálogo  __  Internet  __  Teléfono  __  Automático (máquinas expendedoras)  __  Otros ( <i>especificar</i> : _____)
<b>1.20</b>	Indique el porcentaje de ventas que realiza su empresa por Internet: _____%
<b>1.21</b>	Indique hace cuántos años se comenzaron a implementar las ventas por Internet: _____ años

**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO**

<b>SECCIÓN II: ESTRATEGIA</b>											
<b>En esta sección se busca identificar la estrategia de cadena de suministro con la que cuenta la empresa.</b>											
<b>2.1.1</b>	Indique los <u>elementos estratégicos</u> que integra la cadena de suministro de su empresa: <input type="checkbox"/> No existe estrategia de cadena de suministro ( <i>pase a la pregunta 2.1.6</i> ) <input type="checkbox"/> Menos de la mitad de los elementos estratégicos <input type="checkbox"/> Más de la mitad de los elementos estratégicos <input type="checkbox"/> Todos los elementos estratégicos										
<b>2.1.2</b>	Indique si la estrategia de la cadena de suministro toma en consideración las cadenas de suministro de clientes y proveedores: <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 5px;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%; text-align: center;"><i>Clientes</i></th> <th style="width: 50%; text-align: center;"><i>Proveedores</i></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input type="checkbox"/> No las toma en cuenta</td> <td><input type="checkbox"/> No las toma en cuenta</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Toma en cuenta algunos aspectos</td> <td><input type="checkbox"/> Toma en cuenta algunos aspectos</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Toma en cuenta la mayoría de sus aspectos</td> <td><input type="checkbox"/> Toma en cuenta la mayoría de sus aspectos</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Toma en cuenta todos sus aspectos</td> <td><input type="checkbox"/> Toma en cuenta todos sus aspectos</td> </tr> </tbody> </table>	<i>Clientes</i>	<i>Proveedores</i>	<input type="checkbox"/> No las toma en cuenta	<input type="checkbox"/> No las toma en cuenta	<input type="checkbox"/> Toma en cuenta algunos aspectos	<input type="checkbox"/> Toma en cuenta algunos aspectos	<input type="checkbox"/> Toma en cuenta la mayoría de sus aspectos	<input type="checkbox"/> Toma en cuenta la mayoría de sus aspectos	<input type="checkbox"/> Toma en cuenta todos sus aspectos	<input type="checkbox"/> Toma en cuenta todos sus aspectos
<i>Clientes</i>	<i>Proveedores</i>										
<input type="checkbox"/> No las toma en cuenta	<input type="checkbox"/> No las toma en cuenta										
<input type="checkbox"/> Toma en cuenta algunos aspectos	<input type="checkbox"/> Toma en cuenta algunos aspectos										
<input type="checkbox"/> Toma en cuenta la mayoría de sus aspectos	<input type="checkbox"/> Toma en cuenta la mayoría de sus aspectos										
<input type="checkbox"/> Toma en cuenta todos sus aspectos	<input type="checkbox"/> Toma en cuenta todos sus aspectos										
<b>2.1.3</b>	El proceso de desarrollo de la estrategia de la cadena de suministro de la empresa se lleva a cabo bajo la responsabilidad de un ejecutivo a nivel comité de dirección: <input type="checkbox"/> No existen ejecutivos a nivel de dirección involucrados <input type="checkbox"/> Existe al menos un ejecutivo a nivel de dirección involucrado <input type="checkbox"/> Al menos un ejecutivo supervisa activamente el proceso de desarrollo de la estrategia <input type="checkbox"/> Existe un ejecutivo responsable del proceso de desarrollo de la estrategia										
<b>2.1.4</b>	La estrategia de la cadena de suministro considera y se adapta a cambios en la estrategia de negocio de la empresa: <input type="checkbox"/> No se adapta <input type="checkbox"/> Se adapta a ciertos cambios <input type="checkbox"/> Se adapta a la mayoría de los cambios <input type="checkbox"/> Se adapta a todos los cambios										
<b>2.1.5</b>	La empresa considera <b>iniciativas propias</b> en su estrategia de cadena de suministro: <input type="checkbox"/> No considera iniciativas propias <input type="checkbox"/> Considera las iniciativas propias ocasionalmente <input type="checkbox"/> Considera e incluye iniciativas propias frecuentemente pero no de manera sistemática <input type="checkbox"/> Considera e incluye iniciativas propias frecuentemente y de manera sistemática										
<b>2.1.6</b>	Seleccione las etapas de la cadena de suministro en donde se cuenta con <b>planes de contingencia</b> : <input type="checkbox"/> <b>Demanda</b> <input type="checkbox"/> <b>Compras</b> ( <i>incluye incumplimiento de proveedores</i> ) <input type="checkbox"/> <b>Producción</b> <input type="checkbox"/> <b>S&amp;OP</b> <input type="checkbox"/> <b>Distribución</b> <input type="checkbox"/> <b>Manejo de almacenes</b> <input type="checkbox"/> <b>Inventarios</b> <input type="checkbox"/> No se cuenta con planes de contingencia										
<b>2.1.7</b>	Indique en qué nivel de la cadena de suministro se cuenta con <b>coberturas</b> : <input type="checkbox"/> Compras <input type="checkbox"/> Producción <input type="checkbox"/> Distribución <input type="checkbox"/> Manejo de almacenes <input type="checkbox"/> Inventarios <input type="checkbox"/> No se cuenta con coberturas										
<b>2.1.8</b>	Selecciona la(s) área(s) de la cadena de suministro en donde se realiza algún tipo de <b>auditoría</b> : <input type="checkbox"/> Compras <input type="checkbox"/> Producción <input type="checkbox"/> Distribución <input type="checkbox"/> Manejo de almacenes <input type="checkbox"/> Inventarios <input type="checkbox"/> No se realizan auditorías										
<b>2.1.9</b>	La empresa realiza una clara segmentación de sus clientes: <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No ( <i>pase a la pregunta 2.2.3</i> )										
<b>2.2.1</b>	La empresa segmenta a sus clientes con el objetivo de entender sus requerimientos de servicio: <input type="checkbox"/> No segmenta a sus clientes <input type="checkbox"/> Segmenta a sus clientes de manera <b>informal</b> <input type="checkbox"/> Segmenta a sus clientes de manera <b>formal</b> sin considerar todos sus <b>requerimientos</b> <input type="checkbox"/> Segmenta a sus clientes de manera <b>formal</b> considerando todos sus <b>requerimientos</b>										
<b>2.2.2</b>	El contacto entre los clientes clave y la empresa se realiza a través de diferentes áreas de la empresa, además del contacto tradicional con el área de ventas: <input type="checkbox"/> El contacto se realiza únicamente a través del área de ventas <input type="checkbox"/> El contacto en ocasiones se realiza en otras áreas funcionales de la empresa <input type="checkbox"/> El contacto se realiza en varias áreas funcionales pero no en todas las áreas donde es relevante <input type="checkbox"/> El contacto se realiza a través de todas las áreas funcionales de la empresa en donde es relevante <input type="checkbox"/> No es relevante realizar el contacto con clientes en áreas diferentes a la de ventas										

**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO**

SECCIÓN II: ESTRATEGIA (continuación)					
2.2.3	<p>Indique el tipo de información que puede encontrar el cliente en línea:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Los clientes tienen acceso a la opinión y calificación de los productos o servicios que otros clientes han dado  <input type="checkbox"/> Se pueden comprar los productos o servicios en línea  <input type="checkbox"/> Existe la opción de reservar en línea y recoger en la tienda o entregar a domicilio                 </td> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Los clientes pueden consultar información de los productos o servicios en línea  <input type="checkbox"/> Existen promociones específicas para el canal en línea  <input type="checkbox"/> No tenemos presencia en línea                 </td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> Los clientes tienen acceso a la opinión y calificación de los productos o servicios que otros clientes han dado <input type="checkbox"/> Se pueden comprar los productos o servicios en línea <input type="checkbox"/> Existe la opción de reservar en línea y recoger en la tienda o entregar a domicilio	<input type="checkbox"/> Los clientes pueden consultar información de los productos o servicios en línea <input type="checkbox"/> Existen promociones específicas para el canal en línea <input type="checkbox"/> No tenemos presencia en línea		
<input type="checkbox"/> Los clientes tienen acceso a la opinión y calificación de los productos o servicios que otros clientes han dado <input type="checkbox"/> Se pueden comprar los productos o servicios en línea <input type="checkbox"/> Existe la opción de reservar en línea y recoger en la tienda o entregar a domicilio	<input type="checkbox"/> Los clientes pueden consultar información de los productos o servicios en línea <input type="checkbox"/> Existen promociones específicas para el canal en línea <input type="checkbox"/> No tenemos presencia en línea				
2.2.4	<p>¿Qué tipo de estrategia se implementa para las ventas en línea?</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <th style="width: 50%; text-align: center; background-color: #cccccc;">Estrategia</th> <th style="width: 50%; text-align: center; background-color: #cccccc;">Canal de venta</th> </tr> <tr> <td style="border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Propio : la empresa tiene el control completo de los productos/servicios ofrecidos en línea.  <input type="checkbox"/> Tercerizado : el ofrecimiento de productos y servicios en línea es tercerizado .                 </td> <td style="border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> En línea: únicamente venden productos en línea.  <input type="checkbox"/> Multicanal: ofrecen una mezcla de canales de venta tradicional y en línea.                 </td> </tr> </table>	Estrategia	Canal de venta	<input type="checkbox"/> Propio : la empresa tiene el control completo de los productos/servicios ofrecidos en línea. <input type="checkbox"/> Tercerizado : el ofrecimiento de productos y servicios en línea es tercerizado .	<input type="checkbox"/> En línea: únicamente venden productos en línea. <input type="checkbox"/> Multicanal: ofrecen una mezcla de canales de venta tradicional y en línea.
Estrategia	Canal de venta				
<input type="checkbox"/> Propio : la empresa tiene el control completo de los productos/servicios ofrecidos en línea. <input type="checkbox"/> Tercerizado : el ofrecimiento de productos y servicios en línea es tercerizado .	<input type="checkbox"/> En línea: únicamente venden productos en línea. <input type="checkbox"/> Multicanal: ofrecen una mezcla de canales de venta tradicional y en línea.				
2.3.1	<p>Se realizan análisis formales y periódicos para identificar las actividades centrales de la empresa, y así tercerizar las <b>no-centrales</b>: <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No (<i>pase a la pregunta 2.4.0</i>)</p>				
2.3.2	<p>Se tiene conocimiento de toda la gama de servicios tercerizables para las actividades <b>no-centrales</b>:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> No se tiene conocimiento de otros servicios aparte de los contratados  <input type="checkbox"/> Se conocen otros servicios disponibles pero este conocimiento no es actualizado                 </td> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Se tiene un conocimiento limitado de los servicios disponibles  <input type="checkbox"/> Se tiene un amplio conocimiento de los servicios disponibles actualmente                 </td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> No se tiene conocimiento de otros servicios aparte de los contratados <input type="checkbox"/> Se conocen otros servicios disponibles pero este conocimiento no es actualizado	<input type="checkbox"/> Se tiene un conocimiento limitado de los servicios disponibles <input type="checkbox"/> Se tiene un amplio conocimiento de los servicios disponibles actualmente		
<input type="checkbox"/> No se tiene conocimiento de otros servicios aparte de los contratados <input type="checkbox"/> Se conocen otros servicios disponibles pero este conocimiento no es actualizado	<input type="checkbox"/> Se tiene un conocimiento limitado de los servicios disponibles <input type="checkbox"/> Se tiene un amplio conocimiento de los servicios disponibles actualmente				
2.4.0	<p>Se cuenta con <b>contratistas</b> de manufactura: <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No (<i>pase a pregunta 2.4.2</i>)</p>				
2.4.1	<p>El contratista de manufactura tiene un rol de socio estratégico para la empresa al proponer mejoras y cambios en los procesos, y es partícipe de las decisiones:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> El contratista tiene un rol completamente operativo  <input type="checkbox"/> El contratista participa en decisiones importantes pero no se encuentra completamente integrado al proceso operativo                 </td> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> El contratista participa en algunas decisiones de baja importancia  <input type="checkbox"/> El contratista tiene un rol de socio estratégico                 </td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> El contratista tiene un rol completamente operativo <input type="checkbox"/> El contratista participa en decisiones importantes pero no se encuentra completamente integrado al proceso operativo	<input type="checkbox"/> El contratista participa en algunas decisiones de baja importancia <input type="checkbox"/> El contratista tiene un rol de socio estratégico		
<input type="checkbox"/> El contratista tiene un rol completamente operativo <input type="checkbox"/> El contratista participa en decisiones importantes pero no se encuentra completamente integrado al proceso operativo	<input type="checkbox"/> El contratista participa en algunas decisiones de baja importancia <input type="checkbox"/> El contratista tiene un rol de socio estratégico				
2.4.2	<p>Existe un sistema automatizado para la gestión y reporte del desempeño de contratistas de manufactura para el análisis y recomendación de mejoras: <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No (<i>pasar a pregunta 2.5.1</i>)</p>				
2.4.3	<p>Este sistema mide calidad, productividad, eficiencia y apego a tiempos establecidos:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> No mide ninguno de estos aspectos  <input type="checkbox"/> Mide la mayoría de estos aspectos                 </td> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Mide al menos uno de estos aspectos  <input type="checkbox"/> Mide todos estos aspectos.                 </td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> No mide ninguno de estos aspectos <input type="checkbox"/> Mide la mayoría de estos aspectos	<input type="checkbox"/> Mide al menos uno de estos aspectos <input type="checkbox"/> Mide todos estos aspectos.		
<input type="checkbox"/> No mide ninguno de estos aspectos <input type="checkbox"/> Mide la mayoría de estos aspectos	<input type="checkbox"/> Mide al menos uno de estos aspectos <input type="checkbox"/> Mide todos estos aspectos.				
2.5.1	<p>La estrategia de diseño de red logística se desarrolla con una liga clara a la estrategia de negocio corporativa:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> No existe una liga clara entre la estrategia logística y la de negocio  <input type="checkbox"/> La estrategia logística está ligada a la de negocio en su mayoría  <input type="checkbox"/> No aplica                 </td> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> La estrategia logística tiene algunas conexiones con la de negocio  <input type="checkbox"/> La estrategia logística está completamente ligada a la de negocio                 </td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> No existe una liga clara entre la estrategia logística y la de negocio <input type="checkbox"/> La estrategia logística está ligada a la de negocio en su mayoría <input type="checkbox"/> No aplica	<input type="checkbox"/> La estrategia logística tiene algunas conexiones con la de negocio <input type="checkbox"/> La estrategia logística está completamente ligada a la de negocio		
<input type="checkbox"/> No existe una liga clara entre la estrategia logística y la de negocio <input type="checkbox"/> La estrategia logística está ligada a la de negocio en su mayoría <input type="checkbox"/> No aplica	<input type="checkbox"/> La estrategia logística tiene algunas conexiones con la de negocio <input type="checkbox"/> La estrategia logística está completamente ligada a la de negocio				
2.5.2	<p>Se evalúa periódicamente la consolidación de instalaciones de red logística sin descuidar los niveles de servicio:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> No se evalúa  <input type="checkbox"/> Se evalúa periódicamente pero podría hacerse con más frecuencia  <input type="checkbox"/> No aplica                 </td> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Se evalúa ocasionalmente  <input type="checkbox"/> Se evalúa continuamente                 </td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> No se evalúa <input type="checkbox"/> Se evalúa periódicamente pero podría hacerse con más frecuencia <input type="checkbox"/> No aplica	<input type="checkbox"/> Se evalúa ocasionalmente <input type="checkbox"/> Se evalúa continuamente		
<input type="checkbox"/> No se evalúa <input type="checkbox"/> Se evalúa periódicamente pero podría hacerse con más frecuencia <input type="checkbox"/> No aplica	<input type="checkbox"/> Se evalúa ocasionalmente <input type="checkbox"/> Se evalúa continuamente				
2.5.3	<p>La empresa instala sus centros de distribución estratégicamente con respecto a la ubicación de las plantas productoras:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> No instala sus centros de distribución estratégicamente  <input type="checkbox"/> La mayoría de los centros de distribución están instalados estratégicamente  <input type="checkbox"/> No aplica                 </td> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Algunos centros de distribución están instalados estratégicamente  <input type="checkbox"/> Todos los centros de distribución están instalados estratégicamente                 </td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> No instala sus centros de distribución estratégicamente <input type="checkbox"/> La mayoría de los centros de distribución están instalados estratégicamente <input type="checkbox"/> No aplica	<input type="checkbox"/> Algunos centros de distribución están instalados estratégicamente <input type="checkbox"/> Todos los centros de distribución están instalados estratégicamente		
<input type="checkbox"/> No instala sus centros de distribución estratégicamente <input type="checkbox"/> La mayoría de los centros de distribución están instalados estratégicamente <input type="checkbox"/> No aplica	<input type="checkbox"/> Algunos centros de distribución están instalados estratégicamente <input type="checkbox"/> Todos los centros de distribución están instalados estratégicamente				

**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO**

<b>SECCIÓN II: ESTRATEGIA (continuación)</b>						
<b>2.5.4</b>	Los cross-docks están instalados estratégicamente con respecto a la ubicación de los clientes: <input type="checkbox"/> No instala sus cross-docks estratégicamente <input type="checkbox"/> La mayoría de los cross-docks están instalados estratégicamente <input type="checkbox"/> No aplica	<input type="checkbox"/> Algunos cross-docks están instalados estratégicamente <input type="checkbox"/> Todos los cross-docks están instalados estratégicamente				
<b>2.6.1</b>	Seleccione todas las actividades que su empresa terceriza: <input type="checkbox"/> Transporte inbound <input type="checkbox"/> Almacenaje y manejo de inventarios <input type="checkbox"/> Procesamiento de pedidos <input type="checkbox"/> Maquila <input type="checkbox"/> Otra ( <i>especificar:</i> _____)	<input type="checkbox"/> Transporte outbound <input type="checkbox"/> Manejo de devoluciones <input type="checkbox"/> Planeación de distribución <input type="checkbox"/> Ventas <input type="checkbox"/> No aplica				
<b>2.6.2</b>	Indique cuáles de las siguientes operaciones terceriza su empresa para el canal de ventas en línea: <input type="checkbox"/> Operación de compras <input type="checkbox"/> Manejo de almacén <input type="checkbox"/> Gestión de pedidos <input type="checkbox"/> Administración del transporte <input type="checkbox"/> Otra ( <i>especificar:</i> _____)	<input type="checkbox"/> Manejo de distribuidores <input type="checkbox"/> Administración de inventarios <input type="checkbox"/> Servicio al cliente <input type="checkbox"/> Gestión de logística inversa <input type="checkbox"/> No aplica				
<b>2.6.3</b>	Indique la naturaleza de la tercerización de los servicios de logística de su empresa por tipo de proveedor de servicios de logística contratado. Señale la opción "No aplica" en caso de que no se contraten estos servicios:					
		Local	Nacional	Internacional	No aplica	
		1PL	2PL	3PL	4PL	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>2.7.1</b>	En su sector, existen amplias opciones de empresas de tercerización de servicios logísticos (ej.3PLs, 4PLs, etc.) que provean los servicios que requiere su empresa: <input type="checkbox"/> Existe una sola opción <input type="checkbox"/> Existen varias opciones pero son insuficientes <input type="checkbox"/> No se cuenta con información	<input type="checkbox"/> Existen pocas opciones e insuficientes <input type="checkbox"/> Existen amplias y suficientes opciones				
<b>2.7.2</b>	Los precios de las empresas de logística son competitivos a nivel nacional: <input type="checkbox"/> Los precios son inaccesibles <input type="checkbox"/> Los precios son medianamente accesibles <input type="checkbox"/> No se cuenta con información	<input type="checkbox"/> Los precios son poco accesibles <input type="checkbox"/> Los precios son completamente accesibles				
<b>2.7.3</b>	Los precios de las empresas de logística son competitivos a nivel internacional: <input type="checkbox"/> Los precios son inaccesibles <input type="checkbox"/> Los precios son medianamente accesibles <input type="checkbox"/> No se cuenta con información	<input type="checkbox"/> Los precios son poco accesibles <input type="checkbox"/> Los precios son completamente accesibles				
<b>2.7.4</b>	En general, es sencillo contratar y gestionar la tercerización de los servicios de logística en México: <input type="checkbox"/> Muy difícil de contratar y gestionar <input type="checkbox"/> Moderadamente sencillo de contratar y gestionar <input type="checkbox"/> No se cuenta con información	<input type="checkbox"/> No muy difícil de contratar pero sí de gestionar <input type="checkbox"/> Muy sencillos de contratar y de gestionar				
<b>2.8.1</b>	Indique el nivel de servicio con el que cuentan las empresas de tercerización de servicios de logística en México para las siguientes actividades:					
		Malo	Regular	Bueno	Excelente	No se cuenta con información
		Transporte inbound	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Transporte outbound	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Almacenaje y manejo de inventarios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Manejo de devoluciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Procesamiento de pedidos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Planeación de la distribución	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Maquila	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO**

<b>SECCIÓN II: ESTRATEGIA (continuación)</b>	
2.9.1	<p>Las especificaciones y el diseño de los productos se revisa de manera periódica para identificar oportunidades de reducción de complejidad:</p> <p><input type="checkbox"/> No se lleva a cabo <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Se lleva a cabo en menor grado</span>  <input type="checkbox"/> Se lleva a cabo en su mayoría <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> Se lleva a cabo completamente</span></p>
2.10.0	<p>La empresa cuenta con una estrategia de sustentabilidad o de reducción de impacto ambiental :</p> <p><input type="checkbox"/> Sí <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> No (pase a la pregunta 2.11.0)</span></p>
2.10.1	<p>Los planes de corto, mediano y largo plazo de la estrategia de sustentabilidad se comunican a todas las áreas de la organización:</p> <p><input type="checkbox"/> La estrategia no es consistente a lo largo de la organización  <input type="checkbox"/> La estrategia es consistente sólo en algunas áreas de la organización  <input type="checkbox"/> La estrategia es consistente en la mayoría de las áreas de la organización  <input type="checkbox"/> La estrategia es consistente a lo largo de toda la organización</p>
2.10.2	<p>Existe un equipo dedicado a implementar y monitorear las iniciativas de sustentabilidad:</p> <p><input type="checkbox"/> No existe un equipo .  <input type="checkbox"/> Existe personal que ocasionalmente monitorea las iniciativas de sustentabilidad  <input type="checkbox"/> Existe personal que monitorea las iniciativas de sustentabilidad sistemáticamente, pero esta no es su principal función  <input type="checkbox"/> Existe un equipo definido dedicado a implementar y monitorear las iniciativas de sustentabilidad sistemáticamente</p>
2.10.3	<p>Existen programas de <b>entrenamiento/seminarios internos y externos</b> para conocer las tendencias y posibles iniciativas de sustentabilidad:</p> <p><input type="checkbox"/> No existen  <input type="checkbox"/> Existen entrenamientos y seminarios en donde se mencionan estos temas sin darles mucho peso  <input type="checkbox"/> Existen entrenamientos y seminarios en donde se da un peso importante a estos temas  <input type="checkbox"/> Existen entrenamientos y seminarios en donde el tema central es dar a conocer tendencias de sustentabilidad</p>
2.10.4	<p>Se toman en cuenta requerimientos mínimos de sustentabilidad en la evaluación de proveedores:</p> <p><input type="checkbox"/> No se toman en cuenta  <input type="checkbox"/> Se toman en cuenta el cumplimiento de requerimientos de sustentabilidad sin darles mucho peso  <input type="checkbox"/> Se toman en cuenta el cumplimiento de requerimientos de sustentabilidad dándoles un peso importante  <input type="checkbox"/> El cumplimiento de requerimientos de sustentabilidad es fundamental para la contratación de proveedores</p>
2.10.5	<p>Se tienen metas concretas y planes para reducir el impacto ambiental en los procesos de la empresa:</p> <p><input type="checkbox"/> No se conoce el impacto ambiental.  <input type="checkbox"/> Se conoce el impacto ambiental pero no se tienen metas ni planes para reducirlo.  <input type="checkbox"/> Se conoce el impacto ambiental y se tienen metas y planes para reducirlo en algunas de las instalaciones.  <input type="checkbox"/> Se conoce el impacto ambiental y se tienen metas y planes para reducirlo en todas las instalaciones.</p>
2.10.6	<p>Existen programas de reducción de las emisiones de carbono de toda la red de distribución en los cuales se colabora íntimamente con empresas transportistas (motores más eficientes, optimización de cargas, redes logísticas acortadas/ locales, optimización de modo de transporte, etc.):</p> <p><input type="checkbox"/> No existe <span style="margin-left: 50px;"><input type="checkbox"/> Existe en menor grado</span> <span style="margin-left: 50px;"><input type="checkbox"/> Existe en su mayoría</span> <span style="margin-left: 50px;"><input type="checkbox"/> Existe completamente.</span></p>
2.10.7	<p>Se recoge la información de la cadena de suministro para generar reportes de sustentabilidad basados en los lineamientos del Global Reporting Initiative (GRI), los cuales se hacen públicos/se comparten con el mercado:</p> <p><input type="checkbox"/> No se recoge información con base en los lineamientos del GRI  <input type="checkbox"/> Se recoge información con base en el GRI  <input type="checkbox"/> Se realizan reportes con base en el GRI y se comparten de manera interna  <input type="checkbox"/> Se realizan reportes con base en el GRI haciéndose públicos</p>

**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO**

<b>SECCIÓN II: ESTRATEGIA (continuación)</b>																																																
<b>2.11.0</b>	<p>Favor de seleccionar en qué programas está inscrita su empresa:</p> <p><input type="checkbox"/> Programa transporte limpio: Programa nacional voluntario, desarrollado por la SCT y SEMARNAT, con el objeto de que el autotransporte federal de carga, pasaje, turismo y transporte privado reduzcan el consumo de combustible, las emisiones de Gases de Efecto Invernadero y los costos de operación del transporte.</p> <p><input type="checkbox"/> Programa GEI México: Programa nacional voluntario de contabilidad y reporte de Gases Efecto Invernadero (GEI) y promoción de proyectos de reducción de emisiones GEI coordinado por la SEMARNAT y la Comisión de Estudios del Sector Privado para el Desarrollo Sustentable (CESPEDES).</p> <p><input type="checkbox"/> Especial de Producción y Consumo Sustentable (PEPyCS): Programa que vincula las diferentes instancias del sector público involucradas con la producción y el consumo, así como al sector privado y social, para transitar hacia estilos de vida y patrones de producción y consumo sustentables.</p> <p><input type="checkbox"/> Ninguno</p>																																															
<b>2.12.0</b>	<p>Indique si se llevan a cabo las siguientes prácticas de colaboración en la cadena de suministro en la empresa:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr style="background-color: #cccccc;"> <th style="width: 40%;"></th> <th style="width: 10%;">No se llevan a cabo</th> <th style="width: 10%;">Se llevan a cabo para ciertas operaciones posibles</th> <th style="width: 10%;">Se llevan a cabo para la mayoría de las operaciones posibles</th> <th style="width: 10%;">Se llevan a cabo para todas las operaciones posibles</th> <th style="width: 10%;">No aplica</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Compras conjuntas de materiales y empaques con sus proveedores clave.</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td><b>Planeación colaborativa</b> con los proveedores clave para asegurar la optimización de inventarios, tiempos de entrega, activos, y sincronización de datos, a la vez que se mejora la atención al cliente.</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td><b>Manufactura conjunta</b></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td><b>Apalancamiento conjunto</b></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Se realizan <b>esfuerzos de colaboración</b> con proveedores transportistas.</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Manejo e implementación de <b>inventarios</b></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>		No se llevan a cabo	Se llevan a cabo para ciertas operaciones posibles	Se llevan a cabo para la mayoría de las operaciones posibles	Se llevan a cabo para todas las operaciones posibles	No aplica	Compras conjuntas de materiales y empaques con sus proveedores clave.	<input type="checkbox"/>	<b>Planeación colaborativa</b> con los proveedores clave para asegurar la optimización de inventarios, tiempos de entrega, activos, y sincronización de datos, a la vez que se mejora la atención al cliente.	<input type="checkbox"/>	<b>Manufactura conjunta</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Apalancamiento conjunto</b>	<input type="checkbox"/>	Se realizan <b>esfuerzos de colaboración</b> con proveedores transportistas.	<input type="checkbox"/>	Manejo e implementación de <b>inventarios</b>	<input type="checkbox"/>																													
	No se llevan a cabo	Se llevan a cabo para ciertas operaciones posibles	Se llevan a cabo para la mayoría de las operaciones posibles	Se llevan a cabo para todas las operaciones posibles	No aplica																																											
Compras conjuntas de materiales y empaques con sus proveedores clave.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																											
<b>Planeación colaborativa</b> con los proveedores clave para asegurar la optimización de inventarios, tiempos de entrega, activos, y sincronización de datos, a la vez que se mejora la atención al cliente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																											
<b>Manufactura conjunta</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																											
<b>Apalancamiento conjunto</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																											
Se realizan <b>esfuerzos de colaboración</b> con proveedores transportistas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																											
Manejo e implementación de <b>inventarios</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																											

**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO**

<b>SECCIÓN III: PLANEACIÓN</b>					
<b>Esta sección busca obtener información acerca de el proceso de planeación operativa de la cadena de suministro.</b>					
	Indique cuáles elementos toma en cuenta para desarrollar pronósticos en su empresa:				
		No se toma en cuenta	Se toma en cuenta ocasionalmente	Se toma en cuenta sistemáticamente sin ser un elemento crítico del pronóstico	Se toma en cuenta sistemáticamente y es un elemento crítico para el pronóstico
3.1.1	Información histórica	_	_	_	_
	Innovaciones y muestras	_	_	_	_
	Plan de promociones	_	_	_	_
	Variables externas (competencia, condiciones económicas, etc.)	_	_	_	_
	Indicadores anticipados (leading indicator)	_	_	_	_
3.2.1	Indique a qué nivel la empresa mide los errores de pronóstico de demanda:				
	_  A nivel empresa/ nacional		_  A nivel unidad de negocio/ región		
	_  A nivel línea de producto y activo importante		_  A nivel SKU y para cada localidad (almacén, tienda, cliente)		
3.2.2	Indique con qué frecuencia se mide el error de pronóstico de demanda:				
	_  <b>Esporádicamente</b>		_  Trimestral	_  Mensual	
	_  Semanal		_  No se mide		
<b>Responda las siguientes preguntas sobre el proceso de planeación de demanda y elaboración de pronósticos:</b>					
3.3.1	La planeación de la demanda se prioriza a nivel de cliente dado su tamaño y rentabilidad:				
	_  No se prioriza a nivel cliente		_  Se considera el tamaño y la rentabilidad del cliente		
	_  Se clasifica al cliente con base en su tamaño y rentabilidad, pero no se emplea una metodología rigurosa		_  Se clasifica al cliente con base en su tamaño y rentabilidad mediante una metodología ABC		
3.3.2	Se usan diferentes <b>técnicas de pronósticos</b> de la demanda para distintos segmentos de productos o servicios:				
	_  Se utilizan las mismas técnicas para todos los segmentos		_  Se utilizan diferentes técnicas para ciertos productos		
	_  Se utiliza una técnica especial para la mayoría de los segmentos		_  Se utiliza una técnica especial para todos los segmentos		
3.3.3	Se cuenta con un sistema de TI para pronosticar la demanda, que permita la comunicación e integración con los clientes clave:				
	_  El sistema no permite una interacción entre usuarios y clientes		_  No se cuenta con un sistema de TI de pronóstico		
	_  El sistema permite una interacción de este tipo en su mayoría pero impone algunas limitantes		_  El sistema permite una interacción de este tipo pero impone muchas limitaciones		
			_  El sistema permite una plena interacción de este tipo entre usuarios y clientes		

**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO**

<b>SECCIÓN III: PLANEACIÓN (continuación)</b>				
<b>3.3.4</b>	<p>Las responsabilidades del personal involucrado en el desarrollo del plan/pronóstico son claramente definidas, evaluadas y ligadas a incentivos:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Las responsabilidades no son definidas de manera clara   <input type="checkbox"/> Las responsabilidades son claramente definidas y se evalúa su cumplimiento                 </td> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Las responsabilidades son claras pero no se evalúa su cumplimiento   <input type="checkbox"/> Las responsabilidades son claramente definidas, se evalúa su cumplimiento y se ofrecen incentivos                 </td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> Las responsabilidades no son definidas de manera clara  <input type="checkbox"/> Las responsabilidades son claramente definidas y se evalúa su cumplimiento	<input type="checkbox"/> Las responsabilidades son claras pero no se evalúa su cumplimiento  <input type="checkbox"/> Las responsabilidades son claramente definidas, se evalúa su cumplimiento y se ofrecen incentivos	
<input type="checkbox"/> Las responsabilidades no son definidas de manera clara  <input type="checkbox"/> Las responsabilidades son claramente definidas y se evalúa su cumplimiento	<input type="checkbox"/> Las responsabilidades son claras pero no se evalúa su cumplimiento  <input type="checkbox"/> Las responsabilidades son claramente definidas, se evalúa su cumplimiento y se ofrecen incentivos			
<b>3.3.5</b>	<p>¿Cómo se realiza la planeación de la demanda por canal de venta?</p> <input type="checkbox"/> Push : se lleva el producto o servicio al punto de venta para que el cliente lo pruebe y lo conozca <input type="checkbox"/> Pull : a través de campañas publicitarias se motiva al cliente a buscar la marca. <input type="checkbox"/> Se utiliza una mezcla de ambas <span style="float: right;"><input type="checkbox"/> Otro (<i>especifique:</i> _____ )</span>			
<b>Responda las siguientes preguntas sobre el proceso de planeación de suministros:</b>				
<b>3.4.1</b>	<p>Existen criterios y procesos formales para <b>segmentar</b> la base de proveedores:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> No existen criterios ni procesos formales para segmentar a proveedores   <input type="checkbox"/> Existen criterios bien definidos para segmentar a proveedores pero no existe un proceso formal                 </td> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Los criterios y procesos formales con los que se segmenta a proveedores no se encuentran bien definidos   <input type="checkbox"/> Existen criterios bien definidos para segmentar a la base de proveedores mediante un proceso sistemático                 </td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> No existen criterios ni procesos formales para segmentar a proveedores  <input type="checkbox"/> Existen criterios bien definidos para segmentar a proveedores pero no existe un proceso formal	<input type="checkbox"/> Los criterios y procesos formales con los que se segmenta a proveedores no se encuentran bien definidos  <input type="checkbox"/> Existen criterios bien definidos para segmentar a la base de proveedores mediante un proceso sistemático	
<input type="checkbox"/> No existen criterios ni procesos formales para segmentar a proveedores  <input type="checkbox"/> Existen criterios bien definidos para segmentar a proveedores pero no existe un proceso formal	<input type="checkbox"/> Los criterios y procesos formales con los que se segmenta a proveedores no se encuentran bien definidos  <input type="checkbox"/> Existen criterios bien definidos para segmentar a la base de proveedores mediante un proceso sistemático			
<b>3.4.2</b>	<p>Los <b>proveedores clave</b> están <b>completamente integrados</b> para sincronizar programas de producción y entrega de materiales:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> No se encuentran integrados   <input type="checkbox"/> Están integrados en mayor medida                 </td> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Están integrados en menor medida   <input type="checkbox"/> Se encuentran completamente integrados                 </td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> No se encuentran integrados  <input type="checkbox"/> Están integrados en mayor medida	<input type="checkbox"/> Están integrados en menor medida  <input type="checkbox"/> Se encuentran completamente integrados	
<input type="checkbox"/> No se encuentran integrados  <input type="checkbox"/> Están integrados en mayor medida	<input type="checkbox"/> Están integrados en menor medida  <input type="checkbox"/> Se encuentran completamente integrados			
<b>3.4.3</b>	<p>La empresa cuenta con planes de contingencia establecidos y regularmente probados para el abastecimiento de suministros clave:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> No existen planes establecidos   <input type="checkbox"/> Existen planes establecidos y son probados ocasionalmente                 </td> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Existen planes establecidos pero estos no son probados   <input type="checkbox"/> Se cuenta con planes establecidos y probados regularmente                 </td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> No existen planes establecidos  <input type="checkbox"/> Existen planes establecidos y son probados ocasionalmente	<input type="checkbox"/> Existen planes establecidos pero estos no son probados  <input type="checkbox"/> Se cuenta con planes establecidos y probados regularmente	
<input type="checkbox"/> No existen planes establecidos  <input type="checkbox"/> Existen planes establecidos y son probados ocasionalmente	<input type="checkbox"/> Existen planes establecidos pero estos no son probados  <input type="checkbox"/> Se cuenta con planes establecidos y probados regularmente			
<b>Responda las siguientes preguntas sobre el proceso de planeación de producción:</b>				
<b>3.5.1</b>	<p>La planeación de la producción se realiza para cada SKU y para cada activo: <span style="float: right;"><input type="checkbox"/> No aplica</span></p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> No se realiza a nivel SKU o activo   <input type="checkbox"/> Se realiza por separado para la mayoría de los SKU o activos                 </td> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Se realiza por separado sólo para ciertos SKU o activos   <input type="checkbox"/> Se realiza por separado para cada SKU o activo                 </td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> No se realiza a nivel SKU o activo  <input type="checkbox"/> Se realiza por separado para la mayoría de los SKU o activos	<input type="checkbox"/> Se realiza por separado sólo para ciertos SKU o activos  <input type="checkbox"/> Se realiza por separado para cada SKU o activo	
<input type="checkbox"/> No se realiza a nivel SKU o activo  <input type="checkbox"/> Se realiza por separado para la mayoría de los SKU o activos	<input type="checkbox"/> Se realiza por separado sólo para ciertos SKU o activos  <input type="checkbox"/> Se realiza por separado para cada SKU o activo			
<b>3.5.2</b>	<p>La empresa tiene <b>visibilidad completa/directa</b>, a nivel planta, de los pronósticos de los clientes clave así como de los inventarios:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> No se tiene visibilidad   <input type="checkbox"/> En la mayoría de los casos se tiene visibilidad                 </td> <td style="width: 33%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> En algunos casos se tiene visibilidad   <input type="checkbox"/> Se tiene visibilidad                 </td> <td style="width: 34%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> No aplica                 </td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> No se tiene visibilidad  <input type="checkbox"/> En la mayoría de los casos se tiene visibilidad	<input type="checkbox"/> En algunos casos se tiene visibilidad  <input type="checkbox"/> Se tiene visibilidad	<input type="checkbox"/> No aplica
<input type="checkbox"/> No se tiene visibilidad  <input type="checkbox"/> En la mayoría de los casos se tiene visibilidad	<input type="checkbox"/> En algunos casos se tiene visibilidad  <input type="checkbox"/> Se tiene visibilidad	<input type="checkbox"/> No aplica		
<b>3.5.3</b>	<p>La operación es <b>flexible</b> en términos de producción:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> La operación no cuenta con elementos que ofrezcan flexibilidad   <input type="checkbox"/> Se han integrado elementos que flexibilizan la producción, pero podría ser más flexible                 </td> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> No aplica   <input type="checkbox"/> Cuenta con ciertos elementos que ofrecen flexibilidad en la producción   <input type="checkbox"/> Se han integrado todos los elementos posibles para flexibilizar la producción                 </td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> La operación no cuenta con elementos que ofrezcan flexibilidad  <input type="checkbox"/> Se han integrado elementos que flexibilizan la producción, pero podría ser más flexible	<input type="checkbox"/> No aplica  <input type="checkbox"/> Cuenta con ciertos elementos que ofrecen flexibilidad en la producción  <input type="checkbox"/> Se han integrado todos los elementos posibles para flexibilizar la producción	
<input type="checkbox"/> La operación no cuenta con elementos que ofrezcan flexibilidad  <input type="checkbox"/> Se han integrado elementos que flexibilizan la producción, pero podría ser más flexible	<input type="checkbox"/> No aplica  <input type="checkbox"/> Cuenta con ciertos elementos que ofrecen flexibilidad en la producción  <input type="checkbox"/> Se han integrado todos los elementos posibles para flexibilizar la producción			
<b>3.5.4</b>	<p>Los tiempos de cambio de producto (set-up) y tamaños de lote son mínimos, para poder sincronizar la oferta con la demanda, lo que permite minimizar tiempos de entrega e inventarios: <span style="float: right;"><input type="checkbox"/> No aplica</span></p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> No se ajustan para sincronizar la oferta con la demanda   <input type="checkbox"/> Se ajustan periódicamente pero podrían ajustarse con mayor frecuencia/precisión                 </td> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Se ajustan ocasionalmente para minimizar tiempos de entrega e inventarios   <input type="checkbox"/> Se ajustan continuamente para minimizar tiempos de entrega e inventarios                 </td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> No se ajustan para sincronizar la oferta con la demanda  <input type="checkbox"/> Se ajustan periódicamente pero podrían ajustarse con mayor frecuencia/precisión	<input type="checkbox"/> Se ajustan ocasionalmente para minimizar tiempos de entrega e inventarios  <input type="checkbox"/> Se ajustan continuamente para minimizar tiempos de entrega e inventarios	
<input type="checkbox"/> No se ajustan para sincronizar la oferta con la demanda  <input type="checkbox"/> Se ajustan periódicamente pero podrían ajustarse con mayor frecuencia/precisión	<input type="checkbox"/> Se ajustan ocasionalmente para minimizar tiempos de entrega e inventarios  <input type="checkbox"/> Se ajustan continuamente para minimizar tiempos de entrega e inventarios			
<b>3.5.5</b>	<p>Se utiliza(n) herramienta(s) de TI especializada(s) para simular y optimizar lotes y corridas de producción:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> No se utilizan   <input type="checkbox"/> Se utilizan y están integradas parcialmente                 </td> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Se utilizan de forma aislada   <input type="checkbox"/> Se utilizan y están integradas totalmente                 </td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> No se utilizan  <input type="checkbox"/> Se utilizan y están integradas parcialmente	<input type="checkbox"/> Se utilizan de forma aislada  <input type="checkbox"/> Se utilizan y están integradas totalmente	
<input type="checkbox"/> No se utilizan  <input type="checkbox"/> Se utilizan y están integradas parcialmente	<input type="checkbox"/> Se utilizan de forma aislada  <input type="checkbox"/> Se utilizan y están integradas totalmente			
<b>Responda las siguientes preguntas sobre el proceso de planeación de inventarios:</b>				

**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO**

<b>SECCIÓN III: PLANEACIÓN (continuación)</b>	
<b>3.6.1</b>	<p>Existe una segmentación formal de inventarios de productos dada su importancia y valor para la empresa:</p> <p><input type="checkbox"/> No existe una segmentación de inventario <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> La segmentación de inventarios no se encuentra claramente definida</span></p> <p><input type="checkbox"/> La segmentación de inventarios se encuentra claramente definida y toma en cuenta la importancia y el <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Existe una segmentación de inventarios rigurosa, como por ejemplo la metodología <b>ABC</b></span></p>
<b>3.6.2</b>	<p>Las políticas de inventario se encuentran alineadas con los objetivos y <b>métricas</b> de la empresa.</p> <p><input type="checkbox"/> No están alineadas <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Están alineadas con ciertos objetivos y métricas</span></p> <p><input type="checkbox"/> Están alineadas a la mayoría de los objetivos y métricas <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Los objetivos se revisan con periodicidad y frecuencia durante el año</span></p>
<b>3.6.3</b>	<p>Los objetivos en la planeación de inventarios así como sus parámetros, son revisados regularmente durante el año:</p> <p><input type="checkbox"/> Los objetivos no necesariamente se revisan cada año <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Los objetivos se revisan ocasionalmente durante el año</span></p> <p><input type="checkbox"/> Los objetivos se revisan periódicamente durante el año, pero no de manera frecuente <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Los objetivos se revisan con periodicidad y frecuencia durante el año</span></p> <p><input type="checkbox"/> No se cuenta con objetivos de inventario</p>
<b>3.6.4</b>	<p>Existe información en tiempo real, que se use regularmente, sobre los niveles de inventario para cada SKU (stock keeping unit) y para cada localidad:</p> <p><input type="checkbox"/> No existe información para cada SKU y localidad <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Existe información para cada SKU y localidad, pero no en tiempo real</span></p> <p><input type="checkbox"/> Existe información para cada SKU y localidad en tiempo real pero no se usa con regularidad <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Existe información para cada SKU y localidad en tiempo real y se usa de manera regular</span></p>
<b>3.6.5</b>	<p>Se utilizan herramientas de TI para la planeación y optimización de los niveles de inventario, en la red de almacenes, para lograr un mejor servicio al cliente interno y externo:</p> <p><input type="checkbox"/> No se utilizan <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Se utilizan de forma aislada</span></p> <p><input type="checkbox"/> Se utilizan y están integradas parcialmente <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Se utilizan y están integradas totalmente</span></p>
<b>Responda las siguientes preguntas sobre prácticas del proceso de planeación de ventas y operaciones (S&amp;OP) de su empresa:</b>	
<b>3.7.1</b>	<p>Existe un proceso formal, documentado y seguido de <b>S&amp;OP</b> que integre a las áreas de mercadotecnia, ventas, manufactura, distribución y finanzas:</p> <p><input type="checkbox"/> No se lleva a cabo <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Se lleva a cabo en menor grado</span></p> <p><input type="checkbox"/> Se lleva a cabo en su mayoría <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Se lleva a cabo completamente</span></p>
<b>3.7.2</b>	<p>El proceso del <b>S&amp;OP</b> es eficiente, sin pasos innecesarios, con un adecuado soporte tecnológico y con la capacidad de reaccionar adecuadamente ante cambios inesperados:</p> <p><input type="checkbox"/> No se lleva a cabo <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Se lleva a cabo en menor grado</span></p> <p><input type="checkbox"/> Se lleva a cabo en su mayoría <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Se lleva a cabo completamente</span></p>
<b>3.7.3</b>	<p>Socios externos en la cadena de suministro son activamente involucrados en el proceso de planeación:</p> <p><input type="checkbox"/> No se lleva a cabo <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Se lleva a cabo en menor grado</span></p> <p><input type="checkbox"/> Se lleva a cabo en su mayoría <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Se lleva a cabo completamente</span></p>
<b>3.7.4</b>	<p>Existen responsabilidades claras entre los participantes de la planeación de S&amp;OP, todos participan y apoyan el proceso:</p> <p><input type="checkbox"/> No existen responsabilidades <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Existen responsabilidades pero estas no son claras</span></p> <p><input type="checkbox"/> Existen responsabilidades claras pero no todos participan y apoyan el proceso <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Existen responsabilidades claras y todos participan y apoyan el proceso</span></p>
<b>3.7.5</b>	<p>La empresa cuenta con un "<b>champion</b>" del proceso de S&amp;OP que tenga responsabilidad interfuncional y que participe activamente en el mismo:</p> <p><input type="checkbox"/> No cuenta con un "champion" del proceso <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> El "champion" del proceso tiene un limitado número de responsabilidades</span></p> <p><input type="checkbox"/> El "champion" del proceso está involucrado en la mayor parte del proceso <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> El "champion" del proceso está involucrado de manera activa en todo el proceso</span></p>

**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO**

<b>SECCIÓN III: PLANEACIÓN (continuación)</b>			
<b>3.7.6</b>	<p>Existen en la empresa <b>métricas de desempeño</b> relevantes que midan la efectividad del proceso de planeación de S&amp;OP:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> No se cuenta con métricas para medir la efectividad del proceso  <input type="checkbox"/> Existen métricas relevantes para medir el desempeño del proceso, pero no reflejan completamente su efectividad                 </td> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Las métricas limitan la medición de la efectividad del proceso  <input type="checkbox"/> Las métricas existentes permiten medir la efectividad del proceso en su totalidad                 </td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> No se cuenta con métricas para medir la efectividad del proceso <input type="checkbox"/> Existen métricas relevantes para medir el desempeño del proceso, pero no reflejan completamente su efectividad	<input type="checkbox"/> Las métricas limitan la medición de la efectividad del proceso <input type="checkbox"/> Las métricas existentes permiten medir la efectividad del proceso en su totalidad
<input type="checkbox"/> No se cuenta con métricas para medir la efectividad del proceso <input type="checkbox"/> Existen métricas relevantes para medir el desempeño del proceso, pero no reflejan completamente su efectividad	<input type="checkbox"/> Las métricas limitan la medición de la efectividad del proceso <input type="checkbox"/> Las métricas existentes permiten medir la efectividad del proceso en su totalidad		
<b>Responda las siguientes preguntas sobre el proceso de planeación de distribución:</b>			
<b>3.8.1</b>	<p>La administración del transporte está centralizada en un modelo de servicios compartidos, la cual apoya en las necesidades de la empresa, así como a los proveedores y clientes claves de la cadena de suministro:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> La administración del transporte no está centralizada en un modelo de servicios compartidos  <input type="checkbox"/> La administración del transporte se encuentra centralizada y apoya a la mayoría de las necesidades de la empresa                 </td> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> La administración del transporte se encuentra centralizada pero sólo apoya a algunas de las necesidades de la empresa  <input type="checkbox"/> La administración del transporte está completamente centralizada y apoya a todas las necesidades de la empresa                 </td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> La administración del transporte no está centralizada en un modelo de servicios compartidos <input type="checkbox"/> La administración del transporte se encuentra centralizada y apoya a la mayoría de las necesidades de la empresa	<input type="checkbox"/> La administración del transporte se encuentra centralizada pero sólo apoya a algunas de las necesidades de la empresa <input type="checkbox"/> La administración del transporte está completamente centralizada y apoya a todas las necesidades de la empresa
<input type="checkbox"/> La administración del transporte no está centralizada en un modelo de servicios compartidos <input type="checkbox"/> La administración del transporte se encuentra centralizada y apoya a la mayoría de las necesidades de la empresa	<input type="checkbox"/> La administración del transporte se encuentra centralizada pero sólo apoya a algunas de las necesidades de la empresa <input type="checkbox"/> La administración del transporte está completamente centralizada y apoya a todas las necesidades de la empresa		
<b>3.8.2</b>	<p>La empresa cuenta con un plan y presupuesto de transporte multianual:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> La planeación del transporte considera un horizonte temporal menor de un año  <input type="checkbox"/> La planeación del transporte considera un horizonte temporal de mediano plazo                 </td> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> La planeación del transporte considera un horizonte temporal de un año  <input type="checkbox"/> En la planeación del transporte se contempla un horizonte temporal de largo plazo                 </td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> La planeación del transporte considera un horizonte temporal menor de un año <input type="checkbox"/> La planeación del transporte considera un horizonte temporal de mediano plazo	<input type="checkbox"/> La planeación del transporte considera un horizonte temporal de un año <input type="checkbox"/> En la planeación del transporte se contempla un horizonte temporal de largo plazo
<input type="checkbox"/> La planeación del transporte considera un horizonte temporal menor de un año <input type="checkbox"/> La planeación del transporte considera un horizonte temporal de mediano plazo	<input type="checkbox"/> La planeación del transporte considera un horizonte temporal de un año <input type="checkbox"/> En la planeación del transporte se contempla un horizonte temporal de largo plazo		
<b>3.8.3</b>	<p>La función de planeación de la distribución, mantiene los tiempos de tránsito por modo de transporte y canal, con alta exactitud:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo  <input type="checkbox"/> Parcialmente de acuerdo                 </td> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Parcialmente en desacuerdo  <input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo                 </td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/> Parcialmente de acuerdo	<input type="checkbox"/> Parcialmente en desacuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo
<input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/> Parcialmente de acuerdo	<input type="checkbox"/> Parcialmente en desacuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo		
<b>3.8.4</b>	<p>Existe un proceso de selección de transportistas con requerimientos claros y basado en <b>evaluaciones técnicas y económicas</b>:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo  <input type="checkbox"/> Parcialmente de acuerdo                 </td> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Parcialmente en desacuerdo  <input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo                 </td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/> Parcialmente de acuerdo	<input type="checkbox"/> Parcialmente en desacuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo
<input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/> Parcialmente de acuerdo	<input type="checkbox"/> Parcialmente en desacuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo		
<b>3.8.5</b>	<p>Existe un proceso de selección de transportistas con requerimientos claros y basado en evaluaciones técnicas y económicas:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Nunca son coordinadas  <input type="checkbox"/> Frecuentemente son coordinadas                 </td> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Ocasionalmente son coordinadas  <input type="checkbox"/> Siempre son coordinadas                 </td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> Nunca son coordinadas <input type="checkbox"/> Frecuentemente son coordinadas	<input type="checkbox"/> Ocasionalmente son coordinadas <input type="checkbox"/> Siempre son coordinadas
<input type="checkbox"/> Nunca son coordinadas <input type="checkbox"/> Frecuentemente son coordinadas	<input type="checkbox"/> Ocasionalmente son coordinadas <input type="checkbox"/> Siempre son coordinadas		
<b>3.8.6</b>	<p>La empresa cuenta con un <b>software de planeación</b> de envíos:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> La empresa no cuenta con un software  <input type="checkbox"/> La empresa cuenta con un software que atiende la mayoría de las necesidades de planeación                 </td> <td style="width: 50%; border: none; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> La empresa cuenta con un software que atiende solamente algunas de las necesidades de planeación  <input type="checkbox"/> La empresa cuenta con un software que atiende todas las necesidades de planeación                 </td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> La empresa no cuenta con un software <input type="checkbox"/> La empresa cuenta con un software que atiende la mayoría de las necesidades de planeación	<input type="checkbox"/> La empresa cuenta con un software que atiende solamente algunas de las necesidades de planeación <input type="checkbox"/> La empresa cuenta con un software que atiende todas las necesidades de planeación
<input type="checkbox"/> La empresa no cuenta con un software <input type="checkbox"/> La empresa cuenta con un software que atiende la mayoría de las necesidades de planeación	<input type="checkbox"/> La empresa cuenta con un software que atiende solamente algunas de las necesidades de planeación <input type="checkbox"/> La empresa cuenta con un software que atiende todas las necesidades de planeación		

**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO**

**SECCIÓN IV. OPERACIÓN**

**En esta sección se busca obtener información acerca de la operación de la cadena de suministro**

**Responda a las siguientes preguntas sobre los procesos referentes al manejo de órdenes de compra:**

*Si su empresa no realiza ventas en línea, responda únicamente aquellas preguntas que se refieren a ventas tradicionales .*

*Por el contrario, si únicamente realiza ventas en línea, responda solamente aquellas preguntas que se refieren a este tipo de ventas.*

**4.1.1** Indique si en la empresa dan un tratamiento diferente al proceso de compras para las **ventas en línea** comparadas con las **ventas tradicionales** (responder sólo si se realizan ventas en línea) :  Sí  No (para la siguiente serie de preguntas responda únicamente aquellas relacionadas a ventas en línea o ventas tradicionales, no es necesario contestar ambas ya que la respuesta será la misma)

**4.1.2** A Las órdenes de compra con los proveedores clave se realizan a través de un proceso automático de pedidos:

	No se lleva a cabo	Se lleva a cabo en menor grado	Se lleva a cabo en su mayoría.	Se lleva a cabo completamente
Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**4.1.3** El proceso de orden de compra cumple con reglas de uso de proveedores preferentes previamente seleccionados:

	No cumple	Cumple en menor grado	Cumple en su mayoría	Cumple completamente
Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**4.1.4** El proceso de pago a proveedores cumple con las políticas de aceptación de órdenes de la compañía:

	No cumple	Cumple en menor grado	Cumple en su mayoría	Cumple completamente
Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**4.1.5** Los proveedores utilizan notificaciones de envío anticipadas (Advanced Ship Notice – ASN) para optimizar la entrega de productos:

	No se utilizan	Lo utilizan pero no optimizan las entregas de productos	Lo utilizan y optimizan las entregas parcialmente	Lo utilizan y optimizan las reglas totalmente
Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Responda las siguientes preguntas sobre las prácticas en el proceso de manejo de almacén y la relación con proveedores:**

**4.2.0** Se evalúa a los proveedores por medio del uso de métricas que miden su desempeño:  
 Sí  No (pase a la pregunta 4.3.0)

**4.2.1** Indique si en la empresa dan un tratamiento diferente en la relación con proveedores para las ventas en línea comparadas con las ventas tradicionales :  
 Sí  No (para la siguiente serie de preguntas responda únicamente aquellas relacionadas a ventas en línea o ventas tradicionales, no es necesario contestar ambas ya que la respuesta será la misma)

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO

<b>SECCIÓN IV. OPERACIÓN (continuación)</b>					
4.2.2	La evaluación de proveedores se realiza a través de un tablero de control con métricas básicas para todos los proveedores y métricas específicas para proveedores clave:				
		No se realiza	Se realiza de manera informal	Se realiza de manera formal con revisiones periódicas	Se realiza de manera formal, integrando el proceso del día a día
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4.2.3	Las métricas, el proceso de evaluación y las metas están a disposición de los proveedores clave:				
		No están a disposición	Están a disposición en menor grado	Están a disposición en su mayoría	Están a disposición completamente
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4.2.4	La empresa da retroalimentación a los proveedores clave, ofreciéndoles recompensas y penalizaciones de acuerdo a su nivel de desempeño:				
		No da retroalimentación	Da retroalimentación en menor grado	Da retroalimentación en su mayoría	Siempre da retroalimentación
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Responda a las siguientes preguntas sobre prácticas en el manejo del almacén:</b>					
4.3.0	Indique si en la empresa dan un tratamiento diferente en el manejo de almacén para las ventas en línea comparadas con las ventas tradicionales : <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No (para la siguiente serie de preguntas responda únicamente aquellas relacionadas a ventas en línea o ventas tradicionales, no es necesario contestar ambas ya que la respuesta será la misma)				
4.3.1	Indique si en la empresa dan un tratamiento diferente en el manejo de almacén para las ventas en línea comparadas con las ventas tradicionales :				
		No da retroalimentación	Da retroalimentación en menor grado	Da retroalimentación en su mayoría	Siempre da retroalimentación
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4.3.2	El surtido de las órdenes sigue una secuencia basada en reglas de decisión que optimizan el tiempo de la operación del almacén:				
		No sigue una secuencia	Sigue una secuencia pero no optimiza el tiempo	Sigue una secuencia que optimiza el tiempo parcialmente	Sigue una secuencia que optimiza el tiempo totalmente
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO

SECCIÓN IV. OPERACIÓN (continuación)						
4.3.3	El empaque del surtido está alineado con los requerimientos del transporte, es decir; se optimiza el flete y se ajusta a los requerimientos de recepción de los clientes:					
		No está alineado	Está alineado en menor grado	Está alineado en mayor grado	Está alineado en todos los casos	
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
<b>Responda a las siguientes preguntas sobre prácticas en el manejo del almacén:</b>						
4.4.0	Existen políticas de inventario claramente definidas (políticas de máximos y mínimos): <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No					
4.4.1	Indique si en la empresa dan un tratamiento diferente a la administración de inventarios para las ventas en línea comparadas con las ventas tradicionales: <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No (para la siguiente serie de preguntas responda únicamente aquellas relacionadas a ventas en línea o ventas tradicionales, no es necesario contestar ambas ya que la respuesta será la misma)					
4.4.2	Con qué frecuencia se monitorea el cumplimiento de las <b>políticas de inventario</b> :					
		No se monitorean	Se monitorean mensualmente	Se monitorean semanalmente	Se monitorean diariamente	No aplica
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4.4.3	Se llevan acabo conteos cíclicos del inventario físico en todos los almacenes de la empresa:					
		No se lleva a cabo	Se lleva a cabo ocasionalmente	Se lleva a cabo frecuentemente	Se lleva a cabo sistemáticamente	
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4.4.4	Se realizan análisis de las causas que generan diferencias entre los conteos físicos y la información en el sistema de los inventarios, con los que se generan planes de acción con base en los resultados:					
		No se lleva a cabo	Se lleva a cabo ocasionalmente	Se lleva a cabo frecuentemente	Se lleva a cabo sistemáticamente	
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4.5	Se utilizan herramientas <b>sofisticadas de control</b> :					
		No se utilizan	Se utilizan ocasionalmente	Se utilizan frecuentemente	Se utilizan sistemáticamente	
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4.6	Los proveedores y clientes tienen acceso al estado del inventario a lo largo de la cadena de suministro:					
		No tienen acceso	Ciertos proveedores y clientes tienen acceso	La mayoría de los proveedores y clientes tienen acceso	Todos los proveedores y clientes tienen acceso	
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO**

<b>SECCIÓN IV. OPERACIÓN (continuación)</b>					
<b>4.4.7</b>	Se llevan acabo y documentan inspecciones de verificación de productos para mitigar riesgos de calidad y monitorear el desempeño de los proveedores:				
		No se lleva a cabo	Se lleva a cabo ocasionalmente	Se lleva a cabo frecuentemente	Se lleva a cabo sistemáticamente
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>4.4.7</b>	Se llevan acabo y documentan inspecciones de verificación de productos para mitigar riesgos de calidad y monitorear el desempeño de los proveedores:				
		No se lleva a cabo	Se lleva a cabo ocasionalmente	Se lleva a cabo frecuentemente	Se lleva a cabo sistemáticamente
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Responda a las siguientes preguntas sobre el proceso de gestión de pedidos y gestión de servicio al cliente:</b>					
<b>4.5.0</b>	Indique si en la empresa dan un tratamiento diferente a la administración de inventarios para las ventas en línea comparadas con las ventas tradicionales: <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No (para la siguiente serie de preguntas responda únicamente aquellas relacionadas a ventas en línea o ventas tradicionales, no es necesario contestar ambas ya que la respuesta será la misma)				
<b>4.5.1</b>	Existe un proceso de gestión de pedidos de acuerdo a la segmentación de los clientes:				
		Existe un mismo proceso de gestión de pedidos para todos los segmentos de clientes	Existe un proceso de gestión especial de pedidos para algunos de los segmentos de clientes	Existe un proceso de gestión de pedidos especial para la mayoría de los segmentos de clientes	Existe un proceso de gestión de pedidos especial para todos los segmentos de clientes
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>4.5.2</b>	Existe un proceso de gestión de pedidos de acuerdo a la segmentación de los clientes:				
		Existe un mismo proceso de gestión de pedidos para todos los segmentos de clientes	Existe un proceso de gestión especial de pedidos para algunos de los segmentos de clientes	Existe un proceso de gestión de pedidos especial para la mayoría de los segmentos de clientes	Existe un proceso de gestión de pedidos especial para todos los segmentos de clientes
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO**

<b>SECCIÓN IV. OPERACIÓN (continuación)</b>						
<b>4.5.3</b>	Se aplican encuestas periódicas de los niveles de satisfacción del cliente para identificar oportunidades de mejora:					
		No se aplican	Se aplican ocasionalmente	Se aplican en su mayoría	Se aplican siempre	
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>4.5.4</b>	Basado en los resultados de satisfacción del cliente, existe un sistema claro de recompensas y penalizaciones acordado entre la empresa y el cliente:					
		No existe	Existe en menor grado	Existe en su mayoría	Existe para todos los casos	No se aplican encuestas de satisfacción (de acuerdo a lo que se respondió en la pregunta 5.3)
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>4.5.5</b>	Indique los canales de comunicación con los que cuenta la empresa para sugerencias/quejas o comentarios de los clientes sobre los productos o servicios:					
	<input type="checkbox"/> Llamadas telefónicas		<input type="checkbox"/> Chats en línea			
	<input type="checkbox"/> Buzón de quejas físico		<input type="checkbox"/> Correo electrónico			
	<input type="checkbox"/> Redes sociales		<input type="checkbox"/> Otro (especifique: _____)			
<b>Responda a las siguientes preguntas sobre prácticas en el proceso de administración de transporte:</b>						
<b>4.6.0</b>	Indique si en la empresa dan un tratamiento diferente a la administración de transporte para las ventas en línea comparadas con las ventas tradicionales :					
	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No (para la siguiente serie de preguntas responda únicamente aquellas relacionadas a ventas en línea o ventas tradicionales, no es necesario contestar ambas ya que la respuesta será la misma)					
<b>4.6.1</b>	Se cuenta con una comunicación abierta con el transportista que le permita proveer detalles del proceso de entrega a cada punto de despacho :					
		No se cuenta	Se cuenta en menor grado	Se cuenta en mayor grado	Se cuenta totalmente	No aplica
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>4.6.2</b>	Existen programas de colaboración con los transportistas con las que se ha logrado adoptar diversas prácticas relacionadas a la gestión del transporte :					
		No existen	Existen de manera informal	Existen de manera informal	Existen de manera formal y sistemática	
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
<b>4.6.3</b>	Existen políticas de ahorro de combustibles en transporte (interno y con proveedores) a lo largo de toda la red logística:					
		No existen	Existen de manera informal	Existen de manera informal	Existen de manera formal y sistemática	
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO**

<b>SECCIÓN IV. OPERACIÓN (continuación)</b>							
<b>4.7.1</b>	La programación de solicitudes de transporte y el seguimiento de órdenes pendientes se realiza mediante un proceso automático, claro, documentado e integrado con todos los <b>procesos internos</b> :						
		No se lleva a cabo	Se lleva a cabo en menor grado	Se lleva a cabo en menor grado	Se lleva a cabo completamente		
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>4.7.2</b>	La programación y el control de despachos se realizan mediante un programa alineado con los requerimientos de los clientes:						
		No se lleva a cabo	Se lleva a cabo en menor grado	Se lleva a cabo en menor grado	Se lleva a cabo completamente		
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>4.7.3</b>	Se cuenta con un proceso mediante el cual la empresa, proveedores y clientes pueden realizar el seguimiento de los envíos de manera automática:						
		No se cuenta con un proceso	Sí, se realiza vía telefónica	Sí, se realiza en línea	Sí, se realiza en línea y se reciben notificaciones electrónicas		
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>4.7.4</b>	Los despachadores realizan el seguimiento y también la optimización día a día de la flota:						
		No se realiza	Se realiza en menor grado	Se realiza en su mayoría	Se realiza completamente		
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>4.8.1</b>	¿Cuál es la base de kilómetros recorridos que se considera, antes de dar mantenimiento a la flota de transporte?						
		0 - 10,000 kms	10,001 - 20,000 kms	20,001 - 30,000 kms	Más de 30,000 kms	No aplica	
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>4.8.2</b>	¿Cuál es la edad promedio de su flota de transporte?						
		0 - 5 años	6 - 10 años	11 - 15 años	16 - 20 años	Más de 20 años	No aplica
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Responda a las siguientes preguntas sobre prácticas relacionadas con la estrategia de logística inversa:</b>							
<b>4.9.1</b>	Indique si la empresa cuenta con una estrategia de logística inversa:						
		<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	(pase a la pregunta 4.10.0)			

**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO**

<b>SECCIÓN IV. OPERACIÓN (continuación)</b>					
<b>4.9.2</b>	Indique si en la empresa dan un tratamiento diferente a la gestión de logística inversa para las ventas en línea comparadas con las ventas tradicionales : <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No (para la siguiente serie de preguntas responda únicamente aquellas relacionadas a ventas en línea o ventas tradicionales, no es necesario contestar ambas ya que la respuesta será la misma)				
<b>4.9.3</b>	Las prácticas de devolución son parte de la estrategia operativa y están alineadas al perfil del cliente:				
		No se lleva a cabo	Se lleva a cabo en menor grado	Se lleva a cabo en menor grado	Se lleva a cabo completamente
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>4.9.4</b>	Los procesos de devolución se utilizan como una herramienta para mejorar la satisfacción y retención de clientes:				
		No se lleva a cabo	Se lleva a cabo en menor grado	Se lleva a cabo en menor grado	Se lleva a cabo completamente
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>4.10.0</b>	Existen planes concretos y reglas claras sobre la <b>disposición final de devoluciones</b> : <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No (pase a la pregunta 4.11.1)				
<b>4.10.1</b>	Indique si en la empresa dan un tratamiento diferente a las políticas, procedimientos y reglas de decisión para la devolución de mercancías para las ventas en línea comparadas con las ventas tradicionales : <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No (para la siguiente serie de preguntas responda únicamente aquellas relacionadas a ventas en línea o ventas tradicionales, no es necesario contestar ambas ya que la respuesta será la misma)				
<b>4.10.2</b>	Las políticas, procedimientos y reglas de decisión para la devolución de mercancías están coordinadas a lo largo de la cadena de suministro:				
		No están coordinados	Están coordinados en menor medida	Están coordinados en mayor medida	Están coordinados totalmente
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>4.10.3</b>	Las políticas, procedimientos y reglas de decisión para la devolución de mercancías son revisadas y mejoradas continuamente:				
		No son revisados	Son revisados pero no mejorados	Son revisados y mejorados ocasionalmente	Son revisados y mejorados continuamente
	Ventas en línea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO**

**SECCIÓN IV. OPERACIÓN (continuación)**

<b>4.10.4</b>	Se realizan prácticas de re almacenamiento para revender rápidamente productos con alta demanda, reduciendo así los requerimientos de inventario nuevo:				
	No se realizan	Se realizan en menor medida	Se realizan en mayor medida	Se realizan de forma sistematizada	
	Ventas en línea	Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>4.10.5</b>	Los procesos de clasificación y agregación de productos se llevan a cabo durante las primeras etapas de la devolución, con el fin de reducir costos y tiempos de procesamiento:				
	No se lleva a cabo	Se lleva a cabo en menor grado	Se lleva a cabo en menor grado	Se lleva a cabo completamente	
	Ventas en línea	Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>4.10.6</b>	Se utilizan <b>sistemas de rastreo</b> que permitan visualizar las devoluciones en tiempo real:				
	No se lleva a cabo	Se lleva a cabo en menor grado	Se lleva a cabo en menor grado	Se lleva a cabo completamente	
	Ventas en línea	Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Indique si está de acuerdo/en desacuerdo con la siguiente afirmación sobre su CADENA DE SUMINISTRO en general:

<b>4.11.1</b>	Los procesos de clasificación y agregación de productos se llevan a cabo durante las primeras etapas de la devolución, con el fin de reducir costos y tiempos de procesamiento:				
	No se lleva a cabo	Se lleva a cabo en menor grado	Se lleva a cabo en menor grado	Se lleva a cabo completamente	
	Ventas en línea	Ventas tradicionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>4.11.2</b>	¿Cuáles son las tres principales causas de ineficiencias o interrupción en la cadena de suministro? ( <i>seleccionar máximo 3 causas</i> )				
	<input type="checkbox"/> Incumplimiento de proveedores	<input type="checkbox"/> Cuellos de botella en la línea de producción	<input type="checkbox"/> Interrupción en la red de transporte	<input type="checkbox"/> Pronósticos inadecuados	<input type="checkbox"/> <b>Casos fortuitos</b>

Cambios repentinos en la demanda

Otro (*especifique:* \_\_\_\_\_)

**Por favor responda las siguientes preguntas con respecto al impacto del gobierno en la competitividad logística de su empresa:**

<b>4.12.1</b>	Indique la principal problemática que enfrenta su empresa en el desempeño logístico de la cadena de suministro ( <i>elija máximo 3</i> ):				
	<input type="checkbox"/> Inseguridad carretera	<input type="checkbox"/> Infraestructura carretera y ferroviaria ineficiente	<input type="checkbox"/> Trámites largos e ineficientes	<input type="checkbox"/> Alto costo del combustible	<input type="checkbox"/> Restricciones de circulación de camiones en ciudades

Alto costo de fletes

Otro (*especifique:* \_\_\_\_\_)

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO

SECCIÓN IV. OPERACIÓN (continuación)	
4.12. 2	Indique qué esfuerzos/acciones piensa que podría tomar el Gobierno Federal para apoyar el desarrollo de las cadenas de suministro en México: <input type="checkbox"/> Agilizar trámites <input type="checkbox"/> Prevenir corrupción <input type="checkbox"/> Otro ( <i>especifique:</i> ) <input type="checkbox"/> Mayor seguridad en el transporte <input type="checkbox"/> Reglamentos de circulación claros



**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO**

<b>SECCIÓN V: SOPORTE (continuación)</b>					
		Sí	No	No aplica	Periodicidad (número de veces al año)
<b>5.3.1</b>	Administración de órdenes de compra	__	__	__	__  Nunca  __  1  __  2  __  3 ó más
	Administración de la relación con proveedores	__	__	__	__  Nunca  __  1  __  2  __  3 ó más
	Administración del transporte/flota	__	__	__	__  Nunca  __  1  __  2  __  3 ó más
	Administración del servicio al cliente	__	__	__	__  Nunca  __  1  __  2  __  3 ó más
	Administración de almacén	__	__	__	__  Nunca  __  1  __  2  __  3 ó más
	Administración de logística inversa	__	__	__	__  Nunca  __  1  __  2  __  3 ó más
<b>Responda las siguientes preguntas referentes al manejo de incentivos dentro de la empresa:</b>					
<b>5.4.1</b>	Los entrenamientos se planean de acuerdo a las necesidades individuales identificadas en evaluaciones de desempeño: <input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo <span style="margin-left: 150px;"><input type="checkbox"/> Parcialmente en desacuerdo</span> <input type="checkbox"/> Parcialmente de acuerdo <span style="margin-left: 150px;"><input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo</span>				
<b>5.4.2</b>	Se adoptan tableros de control (Scorecard) para el desarrollo de equipos de trabajo con el fin de balancear y priorizar las actividades en la empresa: <input type="checkbox"/> No se adoptan <span style="margin-left: 150px;"><input type="checkbox"/> Se adoptan de manera formal</span> <input type="checkbox"/> Se adoptan de manera informal <span style="margin-left: 150px;"><input type="checkbox"/> Se adoptan de manera formal para algunas funciones</span>				
<b>5.4.3</b>	Existe una conexión clara y consistente entre las metas establecidas para los equipos y su compensación: <input type="checkbox"/> No se adoptan <span style="margin-left: 150px;"><input type="checkbox"/> Se adoptan de manera formal</span> <input type="checkbox"/> Se adoptan de manera informal <span style="margin-left: 150px;"><input type="checkbox"/> Se adoptan de manera formal para algunas funciones</span>				
<b>Responda las siguientes preguntas de manejo de datos dentro de la empresa:</b>					
<b>5.5.0</b>	Existe un sistema integrado de información que contenga los datos de los diferentes procesos que se llevan a cabo en su empresa: <input type="checkbox"/> Sí <span style="margin-left: 50px;"><input type="checkbox"/> No (pase a la pregunta 5.6.0)</span>				
<b>5.5.1</b>	Existe una plataforma estándar para todas las aplicaciones de los sistemas de información de su empresa, que centralice los datos de los diferentes procesos: <input type="checkbox"/> No existe <span style="margin-left: 150px;"><input type="checkbox"/> Existe de manera informal</span> <input type="checkbox"/> Existen de manera formal para algunas funciones <span style="margin-left: 150px;"><input type="checkbox"/> Existe de manera formal para todas las funciones</span>				
<b>5.5.2</b>	Se actualizan las aplicaciones del sistema de información con el fin de incorporar mejores prácticas a los procesos de la empresa: <input type="checkbox"/> No se actualizan <span style="margin-left: 150px;"><input type="checkbox"/> Las actualizan en menor medida</span> <input type="checkbox"/> Las actualizan en mayor medida <span style="margin-left: 150px;"><input type="checkbox"/> Las actualizan sistemáticamente</span>				
<b>5.5.3</b>	Se utiliza una base de datos única para extraer los datos de los procesos de la cadena de suministro: <input type="checkbox"/> No se utiliza <span style="margin-left: 150px;"><input type="checkbox"/> Se utiliza en menor medida</span> <input type="checkbox"/> Se utiliza en mayor medida <span style="margin-left: 150px;"><input type="checkbox"/> Se utiliza para todas las funciones y toda la cadena de suministro.</span>				
<b>5.5.4</b>	La información de la base de datos está <b>organizada</b> : <input type="checkbox"/> La información no está organizada <span style="margin-left: 150px;"><input type="checkbox"/> La información está organizada en menor medida</span> <input type="checkbox"/> La información está organizada en mayor medida <span style="margin-left: 150px;"><input type="checkbox"/> La información está perfectamente organizada</span>				

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO

SECCIÓN V: SOPORTE (continuación)					
Indique el nivel de apoyo tecnológico con el que cuentan sus distintos procesos de cadena de suministro:					
		Se realiza de forma manual	Está automatizado parcialmente	Está automatizado completamente	Está automatizado e integrado a los demás sistemas
5.6.0	Planeación de la demanda	__	__	__	__
	Planeación de suministros	__	__	__	__
	Planeación/optimización del transporte	__	__	__	__
	Planeación/optimización de inventarios	__	__	__	__
	Planeación de ventas y operaciones (S&OP)	__	__	__	__
	Administración de órdenes de compra	__	__	__	__
	Administración de la relación con proveedores	__	__	__	__
	Programación de la producción	__	__	__	__
	Administración del transporte/flota	__	__	__	__
	Administración del almacén	__	__	__	__
	Administración de inventario	__	__	__	__
	Administración de pedidos al cliente	__	__	__	__
	Administración de servicio a cliente	__	__	__	__
	Administración de logística inversa	__	__	__	__
	Optimización de la rentabilidad de la cadena de suministro	__	__	__	__
Modelaje y optimización de la cadena de suministro	__	__	__	__	
Gestión del capital	__	__	__	__	
De los siguientes procesos seleccione aquellos que se realizan con sistemas tecnológicos <b>desarrollados en casa</b> :					
5.6.1	Planeación de la demanda	__	Administración del almacén	__	
	Planeación de suministros	__	Administración de inventario	__	
	Planeación/optimización del transporte	__	Administración de pedidos al cliente	__	
	Planeación/optimización de inventarios	__	Administración de servicio a cliente	__	
	Planeación de ventas y operaciones (S&OP)	__	Administración de logística inversa	__	
	Administración de órdenes de compra	__	Optimización de la rentabilidad de la cadena de suministro	__	
	Administración de la relación con proveedores	__	Modelaje y optimización de la cadena de suministro	__	
	Programación de la producción	__	Gestión del capital	__	
	Administración del transporte/flota	__	Ninguno	__	
<b>Responda a las siguientes preguntas sobre reporte de datos dentro de la empresa:</b>					
5.7.1	Existen herramientas de análisis para reporte de información:				
	__  No existen	__  Existen de manera informal			
	__  Existen de manera formal para algunas funciones	__  Existen de manera formal para todas las funciones			

**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO**

<b>SECCIÓN V: SOPORTE (continuación)</b>					
5.7.2	La información que se obtiene a través de las herramientas de análisis es adecuada para el cálculo de indicadores de desempeño: <input type="checkbox"/> No existen <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Existen de manera informal</span> <input type="checkbox"/> Existen de manera formal para algunas funciones <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> Existen de manera formal para todas las funciones</span>				
5.7.3	La recolección de datos de reporte se realiza de manera sistemática y consistente: <input type="checkbox"/> No se realiza <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Se realiza en menor medida</span> <input type="checkbox"/> Se realiza en su mayoría <span style="margin-left: 150px;"><input type="checkbox"/> Se realiza siempre</span>				
<b>Responda las siguientes preguntas relacionadas con el sistema de interacción con el cliente:</b>					
5.8.0	En caso de requerirlo, los clientes pueden realizar compras o actividades en general con el apoyo de un agente de atención a clientes a su disposición: <input type="checkbox"/> No se pueden realizar <i>(pasar a la pregunta 5.9.1)</i> <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> Se pueden realizar algunas transacciones</span> <input type="checkbox"/> Se pueden realizar la mayoría de las transacciones <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> Se pueden realizar todas las transacciones</span>				
5.8.1	Los agentes de atención al cliente tienen acceso a información completa y exacta del cliente para facilitar la identificación de oportunidades de venta: <input type="checkbox"/> No tienen acceso <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Tienen acceso limitado y no se identifican oportunidades de venta</span> <input type="checkbox"/> Tienen acceso completo y exacto y no identifican oportunidades de venta ocasionalmente <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> Tienen acceso completo y exacto y se identifican oportunidades de venta ocasionalmente</span>				
5.8.2	Seleccione las herramientas de atención al cliente que están disponibles en su empresa: <input type="checkbox"/> Colaboración en vivo vía chat <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Voz sobre IP (VoIP)</span> <input type="checkbox"/> Herramientas sofisticadas de gestión de correo electrónico				
<b>Responda las siguientes preguntas sobre los procesos de gestión de capital:</b>					
5.9.1	Indique en qué medida existen los siguientes procesos para gestión de capital:				
		No existe	Existe en menor medida	Existe en mayor medida.	Existe totalmente
	Proceso lógico y repetible para la presentación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Autorización de proyectos de capital	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Seguimiento de proyectos de capital	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.9.2	Existen modelos financieros que generan escenarios para medir el impacto de los proyectos de capital: <input type="checkbox"/> No existen <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Existen en menor medida</span> <input type="checkbox"/> Existen en mayor medida <span style="margin-left: 150px;"><input type="checkbox"/> Existen totalmente</span>				
5.9.3	Existe un esquema de pre-aprobación de proyectos estándar, para hacer más eficiente el proceso de autorización: <input type="checkbox"/> No existen <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Existen en menor medida</span> <input type="checkbox"/> Existen en mayor medida <span style="margin-left: 150px;"><input type="checkbox"/> Existen totalmente</span>				
<b>Responda las siguientes preguntas sobre el monitoreo de productividad del capital de trabajo y activos fijos:</b>					
5.10.1	La empresa realiza un monitoreo activo y evaluaciones al capital de trabajo : <input type="checkbox"/> No se realiza <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Se realiza en menor medida</span> <input type="checkbox"/> Se realiza en su mayoría <span style="margin-left: 150px;"><input type="checkbox"/> Se realiza siempre</span>				
5.10.2	Se establecen métricas de desempeño de los activos para medir su productividad: <input type="checkbox"/> No se realiza <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Se realiza en menor medida</span> <input type="checkbox"/> Se realiza en su mayoría <span style="margin-left: 150px;"><input type="checkbox"/> Se realiza siempre</span>				
5.10.3	Las métricas de desempeño de los activos están ligadas al desempeño de la empresa: <input type="checkbox"/> No están ligadas <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Están ligadas en menor medida</span> <input type="checkbox"/> Están ligadas en mayor medida <span style="margin-left: 150px;"><input type="checkbox"/> Están ligadas completamente</span>				

**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO**

<b>SECCIÓN V: SOPORTE (continuación)</b>	
<b>5.11.1</b>	Existen equipos encargados de gestionar y evaluar las estrategias de capital, así como la elaboración de los flujos de efectivo de la empresa: <input type="checkbox"/> No existen <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Existen en menor medida</span> <input type="checkbox"/> Existen en mayor medida <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> Existen totalmente</span>
<b>5.11.2</b>	Existen equipos encargados de revisar los proyectos de capital a nivel corporativo y por unidad de negocio: <input type="checkbox"/> No existen <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Existen en menor medida</span> <input type="checkbox"/> Existen en mayor medida <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> Existen totalmente</span>
<b>5.12.0</b>	Se cuenta con una herramienta de control para la cadena de suministro de su empresa: <input type="checkbox"/> Sí ( <i>especifique: _____</i> ) <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> No (<i>pasar a la siguiente sección</i>)</span>
<b>Responda las siguientes preguntas relacionadas a la medición del desempeño de indicadores de servicio a clientes en la cadena de suministros de la empresa:</b>	
<b>5.12.1</b>	La herramienta de control incluye métricas relevantes y claramente definidas de la cadena de suministro: <input type="checkbox"/> No se incluyen <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Solo algunas métricas son relevantes y claramente definidas</span> <input type="checkbox"/> La mayoría de las métricas son relevantes y claramente definidas <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> Todas las métricas son relevantes y claramente definidas</span>
<b>5.12.2</b>	Las métricas de la herramienta de control están diferenciadas por producto o margen y por segmentación de clientes: <input type="checkbox"/> No están diferenciadas <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Solo algunas métricas están diferenciadas</span> <input type="checkbox"/> La mayoría de las métricas están diferenciadas <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> Todas las métricas están diferenciadas</span>
<b>5.12.3</b>	Las métricas de la herramienta de control están disponibles en tiempo real y en formato electrónico: <input type="checkbox"/> No están diferenciadas <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Solo algunas métricas están disponibles</span> <input type="checkbox"/> La mayoría de las métricas están disponibles <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> Todas las métricas están disponibles</span>
<b>5.12.4</b>	Las métricas de la herramienta de control se revisan periódicamente con el fin de alinearlas a las estrategias de las áreas involucradas en la cadena de suministro: <input type="checkbox"/> No se revisan <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Se revisan en menor medida</span> <input type="checkbox"/> Se revisan en mayor medida <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> Se revisan totalmente</span>
<b>5.12.5</b>	La empresa realiza análisis causal a partir de los resultados de la herramienta de control para la toma de decisiones: <input type="checkbox"/> No se realiza <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> Se realiza en menor medida</span> <input type="checkbox"/> Se realiza en mayor medida <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> Se realiza totalmente</span>

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO

**SECCIÓN VI: Indicadores**

*En esta sección se busca identificar el desempeño de indicadores específicos en la cadena de suministro.*

**Por favor complete la información de su compañía para los siguientes indicadores de servicio al cliente:**

6.1 Porcentaje de órdenes completas	Tipo de ventas	Año	70 ó menos (especificar)	76 - 80	81 - 85	86 - 90	91 - 95	96 - 100	
	Tradicionales	2013	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
_____			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
2014		_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
		_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
En línea	2013	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
		_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	2014	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
		_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
6.2 Porcentaje de órdenes a tiempo	Tipo de ventas	Año	70 ó menos (especificar)	76 - 80	81 - 85	86 - 90	91 - 95	96 - 100	
	Tradicionales	2013	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
_____			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
2014		_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
		_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
En línea	2013	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
		_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	2014	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
		_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
6.3 Porcentaje de órdenes con devoluciones	Tipo de ventas	Año	1 - 2.5	2.6 - 5	5.1 - 7.5	7.6 - 10	10.1 - 12.5	12.6 - 15	Más de 15 (especificar)
	Tradicionales	2013	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____		
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____		
	En línea	2013	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____		
<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____			
6.4 Porcentaje de surtido de <b>orden perfecta</b>	Tipo de ventas	Año	1 - 2.5	2.6 - 5	5.1 - 7.5	7.6 - 10	10.1 - 12.5	12.6 - 15	Más de 15 (especificar)
	Tradicionales	2013	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____		
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____		
	En línea	2013	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____		
<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____			
6.5 Tiempo de ciclo de envió de órdenes	Tipo de ventas	Año	70 ó menos (especificar)	76 - 80	81 - 85	86 - 90	91 - 95	96 - 100	
	Tradicionales	2013	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
			_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	2014	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
_____		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO

SECCIÓN VI: Indicadores (continuación)

6.5 Tiempo de ciclo de envió de órdenes	Tipo de ventas	Año	70 ó menos (especificar)	76 - 80	81 - 85	86 - 90	91 - 95	96 - 100				
	En línea	2013	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
		2014	_____	<input type="checkbox"/>								
6.6 Quejas de clientes	Tipo de ventas	Año	0 - 2.4	2.5 - 4.9	5 - 7.4	7.5 - 9.9	10 - 12.4	12.5 - 14.9	15 ó más (especificar)			
	Tradicionales	2013	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____		
		2014	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____		
	En línea	2013	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____		
2014		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____			
6.7 Tiempo promedio de resolución de quejas de clientes	Tipo de ventas	Año	1-3	4-6	7-9	10-12	13-15	Más de 15 días (especificar)				
	Tradicionales	2013	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____			
		2014	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	En línea	2013	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
2014		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
6.8. Exactitud de pronósticos	Tipo de ventas	Año	60 ó menos (especificar)	61 - 70	71 - 80	81 - 85	86 - 90	91 - 95	96 - 100			
	Tradicionales	2013	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
		2014	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
	En línea	2013	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
2014		_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
6.9 Días de abasto de materia prima			Año	0-7	8-15	16-23	24-31	32-50	51-60	61-90	Más de 90 (especificar)	
			2013	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____				
			2014	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____				

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO

SECCIÓN VI: Indicadores (continuación)

6.10 Días de abasto de material en proceso	Año	0-7	8-15	16-23	24-31	32-50	51-60	61-90	Más de 90 (especificar)
	2013	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2014	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
6.11 Días de abasto de producto terminado	Año	0-7	8-15	16-23	24-31	32-50	51-60	61-90	Más de 90 (especificar)
	2013	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2014	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
6.12 Cumplimiento del programa de producción	Año	60 ó menos (especificar)	60 - 75	76 - 80	81 - 85	86 - 90	91 - 95	96 - 100	
	2013	_____	<input type="checkbox"/>						
2014	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6.13 Porcentaje de proveedores a los cuáles se les mide su desempeño en entregas a tiempo	Año	60 ó menos (especificar)	60 - 75	76 - 80	81 - 85	86 - 90	91 - 95	96 - 100	
	2013	_____	<input type="checkbox"/>						
2014	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO

SECCIÓN VI: Indicadores (continuación)

		Año	60 ó menos (especificar)	60 - 75	76 - 80	81 - 85	86 - 90	91 - 95	96 - 100		
6.14 Entregas a tiempo de proveedores		2013	_____	<input type="checkbox"/>							
		2014	_____	<input type="checkbox"/>							
		Año	0 - 2.5	2.6 - 5	5.1 - 7.5	7.6 - 10	10.1 - 12.5	12.6 - 15	16 - 20	Más de 20 (especificar)	
6.15 A Costo de la logística inbound como porcentaje de las ventas anuales		2013	_____	<input type="checkbox"/>							
		2014	_____	<input type="checkbox"/>							
		Año	0 - 2.5	2.6 - 5	5.1 - 7.5	7.6 - 10	10.1 - 12.5	12.6 - 15	16 - 20	Más de 20 (especificar)	
6.15.B Costo de almacenaje como porcentaje de las ventas anuales		2013	_____	<input type="checkbox"/>							
		2014	_____	<input type="checkbox"/>							
		Año	0 - 2.5	2.6 - 5	5.1 - 7.5	7.6 - 10	10.1 - 12.5	12.6 - 15	16 - 20	Más de 20 (especificar)	
6.15.C Costos de envío como porcentaje de las ventas anuales		2013	_____	<input type="checkbox"/>							
		2014	_____	<input type="checkbox"/>							
		Año	0 - 2.5	2.6 - 5	5.1 - 7.5	7.6 - 10	10.1 - 12.5	12.6 - 15	16 - 20	Más de 20 (especificar)	
6.15.D Costos de logística inversa como porcentaje de las ventas anuales		2013	_____	<input type="checkbox"/>							
		2014	_____	<input type="checkbox"/>							
		Año	0 - 2.5	2.6 - 5	5.1 - 7.5	7.6 - 10	10.1 - 12.5	12.6 - 15	16 - 20	Más de 20 (especificar)	
6.15.E Porcentaje del costo de la cadena de suministro por ventas en línea como porcentaje del costo total de la cadena de suministro		2013	_____ %								
		2014	_____ %								
		Año									
6.16 Tiempo de ciclo de caja	Tipo de ventas	Año	0 - 2.5	2.6 - 5	5.1 - 7.5	7.6 - 10	10.1 - 12.5	12.6 - 15	16 - 20	Más de 20 (especificar)	
	Tradicional	2013	_____	<input type="checkbox"/>							
		2014	_____	<input type="checkbox"/>							

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO

SECCIÓN VI: Indicadores (continuación)

6.16 Tiempo de ciclo de caja	Tipo de ventas	Año	0 - 2.5	2.6 - 5	5.1 - 7.5	7.6 - 10	10.1 - 12.5	12.6 - 15	16 - 20	Más de 20 <i>(especificar)</i>
	En línea	2013	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
		2014	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
6.17 Huella de carbono total de la cadena de suministro		Año								
		2013	_____ gases de efecto invernadero							
		2014	_____ gases de efecto invernadero							
6.18 Tiempo promedio de las órdenes en ventas tradicionales	Tipo de ventas	Año								
	Tradicionales	2013	_____ días							
		2014	_____ días							
	En línea	2013	_____ días							
		2014	_____ días							

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO

FÓRMULAS PARA LOS INDICADORES	
<b>Porcentaje de órdenes completas</b>	<i>Porcentaje de órdenes en donde todos los productos son recibidos por el cliente en las cantidades comprometida =</i> (Porcentaje de órdenes entregadas de manera completa / total de órdenes entregadas) *100
<b>Porcentaje de órdenes a tiempo</b>	<i>Porcentaje de órdenes que son entregadas en la fecha original de programación o de compromiso=</i> (Porcentaje de órdenes entregadas en la fecha original de compromiso / total de órdenes entregadas) *100
<b>Porcentaje de órdenes con devoluciones</b>	<i>Porcentaje de órdenes que se entregan con al menos un producto que se encuentre dañado, fuera de especificación o fuera de configuración y que no son aceptados por el cliente=</i> (Número de órdenes con al menos un producto rechazado / número de órdenes entregadas)*100
<b>Porcentaje de surtido de orden perfecta</b>	<i>Porcentaje de órdenes que cumplen en cantidad, tiempo y calidad con los requerimientos del cliente.</i> % de surtido de orden perfecta: (Total de órdenes perfectas / total de órdenes entregadas) *100
<b>Tiempo de ciclo de envío de órdenes (días)</b>	<i>El tiempo promedio actual que consistentemente se logra para surtir órdenes de clientes. Para cada orden individual, este tiempo de ciclo comienza desde la recepción de la orden y finaliza con la aceptación del cliente de la orden. Para compañías que utilizan el concepto de pre-ordenar con algunos clientes, el tiempo de ciclo debe excluir el tiempo de reposo=</i> (Suma del tiempo de ciclo actual de todas las órdenes entregadas / total de órdenes entregadas)
<b>Quejas de clientes</b>	<i>Número de quejas promedio como porcentaje de órdenes surtidas=</i> (total de quejas/total de órdenes entregadas)*100
<b>Tiempo promedio de resolución de quejas de clientes</b>	<i>Tiempo promedio que transcurre entre el primer contacto de un cliente con algún problema y la resolución del mismo=</i> (total de quejas/total de órdenes entregadas)*100
<b>Exactitud de pronósticos</b>	<i>Porcentaje de exactitud del promedio de ventas al compararlo con las ventas reales de los productos principales de su compañía=</i> (ventas actuales- suma de variaciones)/(ventas actuales) *100
<b>Días de abasto de materia prima</b>	(365 / (Costo en planta de materias primas anual / valor del inventario promedio de materias primas))
<b>Días de abasto de material en proceso</b>	(365 / (Costo en planta de materias primas anual / valor del inventario promedio de material en proceso))
<b>Días de abasto de producto terminado</b>	(365 / (Costo de ventas anual / valor del inventario promedio de producto terminado a precio estándar))

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO

<b>FÓRMULAS PARA LOS INDICADORES (continuación)</b>	
<b>Cumplimiento del programa de producción</b>	<i>Porcentaje mensual promedio en el cual sus plantas logran cumplir con su programa de producción (sobreproducción de algunos productos no compensa la producción menor en otros productos)= ((Volumen mensual planeado por producto - variaciones mensuales negativas por producto)/(volumen mensual planeado por producto))*100</i>
<b>Porcentaje de proveedores a los que se mide su desempeño</b>	<i>((Número de proveedores de material directo a los que formalmente se les mide su desempeño en entregas a tiempo / número de proveedores totales de material directo)*100</i>
<b>Entregas a tiempo de proveedores</b>	<i>Porcentaje de órdenes que son entregadas en la fecha original (considerando hora) de programación o de compromiso= (Porcentaje de órdenes entregadas en la fecha original de compromiso / total de órdenes entregadas) *100</i>
<b>Entregas a tiempo de proveedores</b>	<i>Porcentaje de órdenes que son entregadas en la fecha original (considerando hora) de programación o de compromiso= (Porcentaje de órdenes entregadas en la fecha original de compromiso / total de órdenes entregadas) *100</i>
<b>Costo total de cadena de suministro como porcentaje de las ventas</b>	<i>La suma de los costos logísticos de la cadena de suministro (Almacenar, distribuir y logística inversa). Costo logístico como porcentaje de las ventas= (Costo anual de almacenar + distribuir + logística inversa) / Ventas * 100</i>
<b>Tiempo de ciclo de caja (cash-to-cash cycle time)</b>	<i>Tiempo que le toma a la compañía recuperar la inversión realizada en materia prima al vender el producto. Para servicios, es el tiempo que pasa desde el punto en que la compañía paga por los recursos consumidos en la realización de un servicio al punto en el que la compañía recibe el pago por ese servicio. Consideraciones: El tiempo del ciclo de caja se mide al convertir en días de venta la cantidad de inventario en stock, y calcular el número de días que transcurren del momento en que se vende un artículo al momento en que se paga (días de cuentas por cobrar) y el número de días que pasan desde el momento en que se compra/ contrata materiales/ servicios y el momento en que se tiene que pagar por dicha compra/ contratación (días de cuentas por pagar) Los días de inventario se calculan como el promedio móvil de 5 puntos del valor bruto de inventario a costo estándar/ los costos de mercancías vendidas anuales * 365 días Los días de cuentas por cobrar se calculan como el promedio móvil de 5 puntos del valor bruto de cuentas por cobrar/ las ventas totales brutas anuales* 365 días Los días de cuentas por pagar se calculan como el promedio móvil de 5 puntos del valor bruto de cuentas por pagar/ las compras anuales brutas de materiales* 365 días El promedio móvil de 5 puntos es el promedio utilizando los valores de los últimos 4 cuartos y la proyección del siguiente Fórmula = días de inventario + días de cuentas por cobrar – días de cuentas por pagar</i>

<b>FÓRMULAS PARA LOS INDICADORES (continuación)</b>	
<b>Huella de carbono (toneladas)</b>	<p><i>Suma de las emisiones de carbono equivalente asociadas a todos los procesos de la cadena de suministro: Planear, Abastecer, Hacer, Entregar, y Regresar</i></p> <p><i>Consideraciones: Las emisiones de carbono se calculan generalmente utilizando factores de emisión como los creados por la Agencia de Protección al Ambiente (EPA) de los EEUU o varias asociaciones de industria. Los factores de emisión están generalmente basados en consumos de energía, tipo y consumo de combustible, o rendimiento del proceso. Alternativamente se pueden tomar mediciones reales de fuentes discretas</i></p> <p><i>Comúnmente, una cadena de suministro representa el uso parcial de una instalación, línea de producción, vehículo, etc. Por ende, las emisiones de carbono de esta infraestructura debe de ser repartida proporcionalmente según el uso de la cadena de suministro</i></p> <p>Fórmula = suma de las emisiones por uso de energía, consumo de combustible y emisiones relacionadas a procesos de toda la cadena de suministro</p>
<b>Tiempo promedio de entrega de las órdenes</b>	<p>Suma del tiempo de entrega del total de órdenes / Número total de órdenes</p>

**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO**

**SECCIÓN VII: Política Pública**

**En esta sección buscamos identificar los principales temas de interés de las empresas para poder delinear iniciativas de política pública que ayuden al desarrollo de la cadena de suministro de las industrias en las que participan.**

Responda las siguientes preguntas sobre la estructura y la gestión organizacional dentro de su empresa:

	Indica el obstáculo <b>principal</b> de la empresa en la operación de la cadena de valor:	
<b>7.1</b>	<input type="checkbox"/> Corrupción	<input type="checkbox"/> Informalidad
	<input type="checkbox"/> Acceso a financiamiento privado	<input type="checkbox"/> Inseguridad
	<input type="checkbox"/> Acceso a información sobre mercados y oportunidades	<input type="checkbox"/> Acceso a personal calificado
	<input type="checkbox"/> Acceso a información sobre apoyos públicos	<input type="checkbox"/> Certificaciones
	<input type="checkbox"/> Acceso a tecnología adecuada	<input type="checkbox"/> Normas
	<input type="checkbox"/> Trámites fiscales	<input type="checkbox"/> Rigidez laboral
	<input type="checkbox"/> Acceso a insumos adecuados	<input type="checkbox"/> Trámites de licencias y permisos
	<input type="checkbox"/> Infraestructura deficiente	<input type="checkbox"/> Trámites de importación y exportación
	<input type="checkbox"/> Costos de transporte	
<b>7.2</b>	Del 1 al 10 qué tanto afecta dicho obstáculo el desempeño de la cadena de valor y en el desarrollo de la empresa, en donde 1 es el obstáculo principal pero afecta marginalmente, y 10 representa una carga económica importante para la empresa e inhibe el crecimiento de la empresa: _____	
<b>7.3.1</b>	¿Conoce alguna iniciativa o programa público que atiende este obstáculo? <input type="checkbox"/> Sí (¿Cuál?: _____), <input type="checkbox"/> No (pase a la pregunta 7.4)	
<b>7.3.2</b>	Seleccione el nivel de gobierno al que pertenece dicho programa:	
<b>7.3.2</b>	<input type="checkbox"/> Federal	<input type="checkbox"/> Estatal
	<input type="checkbox"/> Local	<input type="checkbox"/> Mixto
	<input type="checkbox"/> No sabe	
<b>7.3.3</b>	¿Qué tan efectivo considera este programa?	
<b>7.3.3</b>	<input type="checkbox"/> No es efectivo	<input type="checkbox"/> Poco efectivo
	<input type="checkbox"/> Es efectivo pero su alcance es limitado	<input type="checkbox"/> Es muy efectivo, resuelve puntualmente la problemática
<b>7.4</b>	¿Qué más podría hacer el gobierno para atender este obstáculo?: _____	
<b>7.5</b>	Indica el <b>segundo mayor</b> obstáculo de la empresa en la operación de la cadena de valor:	
<b>7.5</b>	<input type="checkbox"/> Corrupción	<input type="checkbox"/> Informalidad
	<input type="checkbox"/> Acceso a financiamiento privado	<input type="checkbox"/> Inseguridad
	<input type="checkbox"/> Acceso a información sobre mercados y oportunidades	<input type="checkbox"/> Acceso a personal calificado
	<input type="checkbox"/> Acceso a información sobre apoyos públicos	<input type="checkbox"/> Certificaciones
	<input type="checkbox"/> Acceso a tecnología adecuada	<input type="checkbox"/> Normas
	<input type="checkbox"/> Trámites fiscales	<input type="checkbox"/> Rigidez laboral
	<input type="checkbox"/> Acceso a insumos adecuados	<input type="checkbox"/> Trámites de licencias y permisos
	<input type="checkbox"/> Infraestructura deficiente	<input type="checkbox"/> Trámites de importación y exportación
	<input type="checkbox"/> Costos de transporte	
<b>7.6</b>	Del 1 al 10 qué tanto afecta dicho obstáculo el desempeño de la cadena de valor y en el desarrollo de la empresa, en donde 1 es el obstáculo principal pero afecta marginalmente, y 10 representa una carga económica importante para la empresa e inhibe el crecimiento de la empresa: _____	
<b>7.7.1</b>	¿Conoce alguna iniciativa o programa público que atiende este obstáculo? <input type="checkbox"/> Sí (¿Cuál?: _____), <input type="checkbox"/> No (pase a la pregunta 7.8)	
<b>7.7.2</b>	Seleccione el nivel de gobierno al que pertenece dicho programa:	
<b>7.7.2</b>	<input type="checkbox"/> Federal	<input type="checkbox"/> Estatal
	<input type="checkbox"/> Local	<input type="checkbox"/> Mixto
	<input type="checkbox"/> No sabe	
<b>7.7.3</b>	¿Qué tan efectivo considera este programa?	
<b>7.7.3</b>	<input type="checkbox"/> No es efectivo	<input type="checkbox"/> Poco efectivo
	<input type="checkbox"/> Es efectivo pero su alcance es limitado	<input type="checkbox"/> Es muy efectivo, resuelve puntualmente la problemática
<b>7.8</b>	¿Qué más podría hacer el gobierno para atender este obstáculo?: _____	

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO

Por favor indique cuántas personas ayudaron a completar la encuesta: \_\_\_\_\_

***Por favor no olvide enviar las preguntas por medio de la encuesta en línea.***

¡Agradecemos su participación!

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO

GLOSARIO	
Concepto	Definición

**Sección 1: Perfil de la empresa**

<i>Destinos logísticos</i>	Destino final.
<i>Inbound</i>	Logística de llegada a la empresa.
<i>Outbound</i>	Logística de salida a la empresa.
<i>Personales</i>	Canales tradicionales como cara a cara, establecimientos, minoristas, mayoristas, etc.
<i>Sector</i>	La clasificación de los sectores de la encuesta corresponde al Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIÁN)

**Sección 2: Estrategia**

<i>Elementos estratégicos</i>	Elementos como el abastecimiento, producción, red de distribución, servicio a clientes, entre otros.
<i>Estrategia de la cadena de suministro</i>	Planes estratégicos en cada área de la cadena como abastecimiento, producción, red de distribución, servicio a clientes, entre otros.
<i>Iniciativas propias</i>	Ejemplo: planes de implementación, casos de negocios, recursos de capital, entre otros.
<i>Planes de contingencia</i>	medidas encaminadas a restaurar el funcionamiento normal de una actividad tras una alteración producida por diversos factores internos o externos, por ejemplo: fallas en las máquinas, accidentes, desastres naturales, etc.
<i>Demanda</i>	Planes de reabastecimiento con proveedores externos en caso de no cumplir con la demanda planeada, planes de descuento o liquidación en caso de sobreinventario.
<i>Compras</i>	Compras extraordinarias con otros proveedores en caso de incumplimiento de entregas a tiempo, inventarios de seguridad en caso de incumplimiento de proveedores.
<i>Producción</i>	Instalaciones o equipos alternos en caso de fallas en las fábricas de producción, capacidad de tercerizar la producción en caso de contingencias.
<i>S&amp;OP</i>	Inventarios de reserva en caso de ventas atemporales.
<i>Distribución</i>	Ejemplo: planes de entregas extraordinarias en caso de robo de transporte, protocolos de seguridad de la carga.
<i>Manejo de almacenes</i>	Ejemplo: instalaciones alternas en caso de accidentes o inhabilitación de los almacenes actuales, capacidad excedente en instalaciones para almacenar inventario .
<i>Inventarios</i>	Ejemplo: inventario de seguridad para materia prima, producto en proceso y producto terminado, inventario de reserva.
<i>Coberturas</i>	Seguros, fianzas, instrumentos derivados.
<i>Auditoría</i>	Actividades de auditoría interna o externa que ayudan a detectar anomalías en la cadena de suministro tales como, defectos en los productos, calidad, entregas a tiempo.

**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO**

<b>GLOSARIO (continuación)</b>	
<i>Segmentación</i>	División de un mercado en grupos más pequeños que tengan características similares; por ejemplo: por ejemplo; importancia estratégica, valor de ventas, volumen de ventas, entre otros.
<i>Informal</i>	Segmentación sin lineamientos que consideren sus requerimientos.
<i>Manera formal</i>	Segmentación que cuenta con lineamientos y considera sus requerimientos.
<i>Todos sus requerimientos</i>	segmentación por canal de distribución, geografía, nivel de servicio, tipo de cliente, etc.
<i>En línea</i>	Cualquier medio electrónico como página de Internet y/o aplicaciones de la empresa, redes sociales, etc.
<i>Actividades centrales</i>	Actividades que agregan mayor valor y son básicas para la competitividad de la empresa.
<i>Actividades no centrales</i>	Actividades que no agregan valor a la empresa, es decir, actividades que no son el negocio principal (core business).
<i>Contratistas</i>	Personas o empresa contratadas para llevar a cabo un proyecto o actividad específica.
<i>Cross-docks</i>	Sistema de distribución donde las unidades logísticas son recibidas en una plataforma de alistamiento y no son almacenadas sino preparadas para ser enviadas de la manera más inmediata.
<i>Tercerización de servicios logísticos</i>	Delegación de la operación logística a un tercero.
<i>1PL</i>	-La misma empresa se encarga de sus operaciones logísticas -Los fabricantes invierten en sus propias instalaciones para almacenaje y vehículos
<i>2PL</i>	-Reductor de costos -Proveedor de uno de los servicios logísticos básicos -Especial atención a economías de escala
<i>3PL</i>	-Operador logístico -Proveedor de varios servicios logísticos básicos -Algunos servicios de manejo de información -Alta cobertura geográfica y escasa especialidad funcional -Puede operar en varias industrias

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO

**GLOSARIO (continuación)**

4PL	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Se considera un partner de la cadena de abastecimiento</li> <li>-Posee un alto conocimiento del negocio del cliente</li> <li>-Compromiso en base a objetivos comunes</li> <li>-Capacidad de innovación</li> <li>-Alta inversión tecnológica que abarque toda la cadena de suministro</li> <li>-Aplicación de mejores prácticas globales</li> </ul>
<i>Reducción de impacto ambiental</i>	Ahorro de energía/agua, reducción de emisiones/desechos, reciclaje, entre otros.
<i>Externos</i>	Ejemplo: programas de colaboración con organizaciones no gubernamentales, proveedores que ofrezcan capacitación o cursos en temas específicos.
<i>Impacto ambiental</i>	Consumos de energía y agua, generación de desechos sólidos y líquidos, emisiones de contaminantes de aire.
<i>Planeación colaborativa</i>	Se comparte información acerca de planes de negocio, pronósticos de ventas/órdenes, entre otros.
<i>Manufactura conjunta</i>	Combinar operaciones en categorías comunes (co-manufactura), compartir servicios de manufactura (auditoría, calidad), entre otros.
<i>Apalancamiento conjunto</i>	Combinar volúmenes en tramos comunes, negociaciones conjuntas con proveedores de transporte, utilizar transportes complementarios en la red combinada, entre otros.
<i>Esfuerzos de colaboración</i>	Optimización de rutas, generación de backhails, inversión conjunta para optimización de especificaciones de cajas, entre otros.
<i>Inventarios conjuntos</i>	Inventarios manejados por el proveedor (VMI), entre otros.

**Sección 3: Planeación**

<i>Esporádicamente</i>	Medición del error del pronóstico de la demanda sin una periodicidad definida.
<i>Nivel de cliente</i>	Segmentación ABC. -Clase A: es el % de ese algo (ej: productos) que representa el 80% de los resultados (ej: ventas). -Clase B: es el % de ese algo (productos), sin considerar la clase A, que representa el 15% de los resultados restante (ventas). -Clase C: el resto de % de ese
<i>Técnicas de pronósticos</i>	Análisis de datos históricos de demanda, tendencias en el mercado, demanda estacional, información estadística sobre las decisiones de compra.
<i>Canal de venta</i>	Vías elegidas por una empresa para hacer llegar a su producto al consumidor final (cara a cara, en línea, catálogo, etc.)
<i>SKU</i>	Código universal del producto o Stock-Keeping Unit (SKU, por sus siglas en inglés)

## EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO

### GLOSARIO (continuación)

<i>Segmentar</i>	Análisis de datos históricos de demanda, tendencias en el mercado, demanda estacional, información estadística sobre las decisiones de compra.
<i>Proveedores clave</i>	Aquellos proveedores que tienen un mayor impacto en la operación de la empresa.
<i>Completamente integrados</i>	Planeación conjunta, de manera formal, compartición de información, herramientas de soporte.
<i>Planes de contingencia</i>	Planeación de desastres y fuentes secundarias de abasto.
<i>Visibilidad completa/directa</i>	Información actualizada y de fácil acceso.
<i>Flexible</i>	Programación flexible de la fuerza laboral, opciones de tercerización pre-acordadas, simplificación/estandarización de procesos, respuestas
<i>Herramientas de TI</i>	Herramientas como ERP, CRM, BSC, BI, entre otros.
<i>ABC</i>	Método de categorización para la priorización de inventarios.
<i>Métricas</i>	Parámetros de nivel de servicio al cliente, tiempos de entrega y variabilidad de demanda.
<i>S&amp;OP</i>	Planificación integrada de ventas y operaciones.
<i>Champion del proceso</i>	Por ejemplo, un director de unidad de negocios de S&OP, etc.
<i>Métricas de desempeño</i>	Mejora de servicio al cliente, menores inventarios, menores tiempos de entrega, disminución de urgencias, aumentar el lanzamiento de nuevos productos.
<i>Evoluciones técnicas</i>	Tiempos de entrega, calidad en el servicio, quejas de clientes, entre otros) y económicas.
<i>Software de planeación</i>	Software que provee instrucciones por modo de transporte, transportista, carga, ruteo u otros que apliquen.

### Sección 4: Operación

<i>Ventas en línea</i>	Ventas realizadas por medios electrónicos, por ejemplo, páginas de internet y aplicaciones móviles.
<i>Ventas tradicionales</i>	Ventas realizadas por medios como, por ejemplo, establecimientos, puerta a puerta, catálogos, por teléfono, entre otros.
<i>Especificaciones detalladas</i>	Provee instrucciones por modo de transporte, transportista, carga, ruteo u otros que apliquen.
<i>Niveles de producto</i>	Producto básico, producto intermedio y producto aumentado.
<i>Política de inventario</i>	Políticas de máximos y mínimos.
<i>Herramientas sofisticadas de control</i>	Tecnologías de escaneo y radio frecuencia.

**EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO EN MÉXICO**

**GLOSARIO (continuación)**

<i>Proceso de entrega</i>	Proceso mediante el cual la empresa hace entrega de sus productos al cliente (B2B o B2C).
<i>Punto de despacho</i>	Puntos de entrega del producto.
<i>Prácticas relacionadas con la gestión de transporte</i>	Sistemas de información centralizada de transporte, estadísticas de entrega y mediciones de desempeño de dos vías entre cliente y transportista.
<i>Procesos internos</i>	Por ejemplo: despacho, pagos, etc.
<i>Optimización día a día</i>	De manera reactiva, de acuerdo a los eventos del día.
<i>Disposición final de devoluciones</i>	Por ejemplo: re uso, re almacenamiento, restauración, entre otras.
<i>Sistema de rastreo</i>	Equipo de radiofrecuencia y escaneo de códigos de barras.
<i>Esfuerzos/acciones</i>	Políticas, reglamentos, leyes, etc.

**Sección 5: Soporte**

<i>Cliente interno</i>	Personal que labora en la empresa.
<i>Desarrollo de carrera profesional</i>	Identificación de habilidades y planes de carrera diferenciados.
<i>Mecanismos</i>	Certificaciones, métricas, retroalimentación y/o evaluaciones, entre otros.
<i>Organizada</i>	Es clara y estructurada, actualizada y facilita los análisis extensivos
<i>Desarrollados en casa</i>	No han sido adquiridos.
<i>Herramientas de análisis</i>	Análisis de datos, estadística, visualización de datos y sistemas de alerta para precaución anticipada.