[Las siete lecciones de Steve Jobs sobre la cadena de suministro de Apple](http://www.cadenadesuministro.es/noticias/las-siete-lecciones-de-steve-jobs-sobre-la-cadena-de-suministro-de-apple/%22%20%5Co%20%22Enlace%20permanente%20a%20Las%20siete%20lecciones%20de%20Steve%20Jobs%20sobre%20la%20cadena%20de%20suministro%20de%20Apple)

Apple ha conseguido tener una de las cadenas de suministro más eficientes del mundo, basándose en la idea de que la gestión de la cadena de suministro hay que buscarla en todas partes, desde la formulación de la estrategia, a la segmentación de productos, el diseño de productos y procesos o hasta la satisfacción del cliente.

Lunes, 9/09/2013 por [CdS](http://www.cadenadesuministro.es/author/rochoa/%22%20%5Co%20%22Ver%20todas%20las%20entradas%20de%20CdS)



Apple es ***considerada como la mejor empresa del mundo por sus prácticas de gestión de su cadena de suministro de vanguardia.*** Pero, **¿cuál es el secreto de su éxito?**

No parece necesario abundar  en las***fortalezas en el diseño y desarrollo de productos de Apple,*** de su marca y de su estrategia de marketing.

Cuando se trata de las prácticas de gestión de la cadena de suministro,***muchos creen que el modelo de cadena de suministro de la compañía de Cupertino y su sofisticado sistema de software son las armas secretas que le ayudan a mantenerse en el liderazgo*** en el mercado.

En este sentido [la consultora Gartner publicaba en mayo de este año la novena edición de su informe](http://www.cadenadesuministro.es/noticias/las-25-empresas-mas-competitivas-de-la-cadena-de-suministro-en-2013/) con la lista de las 25 empresas más competitivas en la cadena de suministro, en la que ***Apple mantenía su liderazgo*** con un resultado de 9,51 con una diferencia abrumadora sobre el segundo clasificado, que en esta ocasión conseguía una exígua puntuación de 5,87.

En abril de 2012, seis meses después de la muerte de Jobs, Harvard Business Review publicó**el artículo titulado “*Las leciones de liderazgo real de Steve Jobs*”**. El autor de este artículo es Walter Isaacson que ayudó a Steve Jobs terminar su biografía más vendida.

Isaacson identifica las prácticas que considera que es necesario aprender. A pesar de que se trata de la gestión empresarial en general, el ***artículo contiene algunos aspectos sobre la gestión de la cadena de suministro muy interesantes.***

**Siete lecciones sobre la Cadena de Suministro**

***• El cliente es lo primero, el coste está en segundo lugar*:**La filosofía de productos desarrollados en Apple se basa en la construcción de productos “increíblemente grandes” que el cliente quiere comprar. En pocas palabras, ***Jobs perseguía la diferenciación o una estrategia de creación de valor***. Y cuando toda la cadena de suministro lleva a cabo acciones en sintonía con esta estrategia, el éxito es inevitable. En el periodo de 1983 a 1993, cuando Jobs salió de la gestión de la empresa, la reducción de costes para maximizar los beneficios fue la estrategia principal que dio lugar a la espiral que a punto estuvo de llevar a la compañía a su desaparición.

***• Establecer objetivos imposibles*:**
Cuando Jobs decidió que quería que el frontal del iphone fuese de vidrio resistente a arañazos, se dirigió hacia Corning para que desarrollase la tecnología denominada “Gorilla Glass”, pero esto era solo un prototipo en el laboratorio de I + D. Jobs indicó claramente que quería un gran cargamento de Gorilla Glass en seis semanas, que estaba muy lejos de la capacidad de Corning. Sin embargo, Job insistió en esta solicitud y Corning tuvo que reconvertir una de su línea de producción de LCD para producir el nuevo tipo de vidrio para el iphone.

***• Dar prioridad a la acción:***
Después de que Jobs volviera a Apple en 1997, había una amplia gama de líneas de productos no relacionados. Entonces, anunció que sólo se necesitaban cuatro categorías de productos, a saber, *“Consumer”* , *“Pro”* , *“Desktop” y “Portable”* . Al segmentar los productos correctamente, Jobs redujo la complejidad de la cadena de suministro y su equipo pudo dar prioridad a las acciones necesarias para apoyar la estrategia.

***• Adoptar visión de proceso:***
Jobs entendió que la transformación del microprocesador y la experiencia de compra de productos en sus tiendas tenían que estar relacionados. Con ello, Apple aumentó su integración interna mediante el establecimiento de objetivos comunes a través de las unidades de negocio.

***• Simplificación del producto/proceso*:**
En el primer folleto de marketing de Apple se decía que “*La simplicidad es la máxima sofisticación*”. En sentido literal, Jobs eliminaba componentes innecesarios , lo que ha llevado a la reducción de inventarios y procesos de producción más sencillos.

***• Hacer un cambio radical cuando sea necesario*:**
La integración de los iPod, iTunes y iTunes Store revolucionó la industria de la música. Sin embargo, Jobs temió que alguien añadiese reproductores de música en el auricular de los teléfonos y decidió suspender las ventas de Ipod y creó el Iphone. Por lo tanto, un cambio radical o “reingeniería” pueden ser necesarios si las fuerzas externas son fuertes.

***• Mejorar la relación a través de reuniones bis a bis:***
Jobs creía que las grandes ideas no podrían desarrollarse únicamente a través de e-mail. Desde su experiencia, creó ideas en largas reuniones o, incluso, cuando se encontraba con alguien. Esta lección funciona bien para las relaciones tanto internas como externas.

**Discusión**
La ***gestión de la cadena de suministro está en todas partes***, desde la formulación de la estrategia, la segmentación de productos, el diseño de productos y procesos hasta la satisfacción del cliente. Por ello, los profesionales de la cadena de suministro deben adoptar cualesquiera de los conceptos que ayudan a crear valor.

A pesar de que la cadena de suministro de ***Apple tiene algunos “contratiempos”, como pueden ser los problemas con sus proveedores en Asia,*** se reconoce sin duda como uno de los modelos de gestión de la cadena de suministro a nivel mundial.