



Nuevas tendencias en logística y compras

- 22 Semana Europea *Gestión Avanzada* -

1. OBJETIVOS DEL EVENTO
2. DIRIGIDO A
3. PROGRAMA DEL EVENTO

Los **objetivos** a cumplir son los siguientes:

- El acto cuenta como objetivo principal, **exponer las nuevas tendencias en el ámbito de las Compras y la Logística**, vinculadas a la Industria 4.0

Dirigido a:

- Directores o cargos con responsabilidad en la planificación logística de los pedidos.
- Responsables del área de Compras y/o Aprovisionamientos.
- Directores de operaciones o responsables en el ámbito de la producción.

En definitiva, a todas aquellas **personas con cargos de responsabilidad que deseen optimizar las operaciones en el ámbito de la Logística y las Compras.**

1. Introducción a la jornada - (Mondragon Unibertsitatea)
2. Logística 4.0 - 30 min (Rafael González - ICIL)
3. Compras, clave en la competitividad de la empresa - 30 min (Ferran Baños - AERCE)
4. Coloquio - Preguntas - 20 min
5. Presentación Consorcio (Urtzi Uribetxebarria - Mondragon Unibertsitatea) - 15 min



PROFESIONALENTZAKO PRESTAKUNTZA
FORMACIÓN PARA PROFESIONALES
PROFESSIONAL LEARNING SPACE



BILBOKO
MERKATARITZA
GANBERA

CÁMARA DE
COMERCIO
DE BILBAO



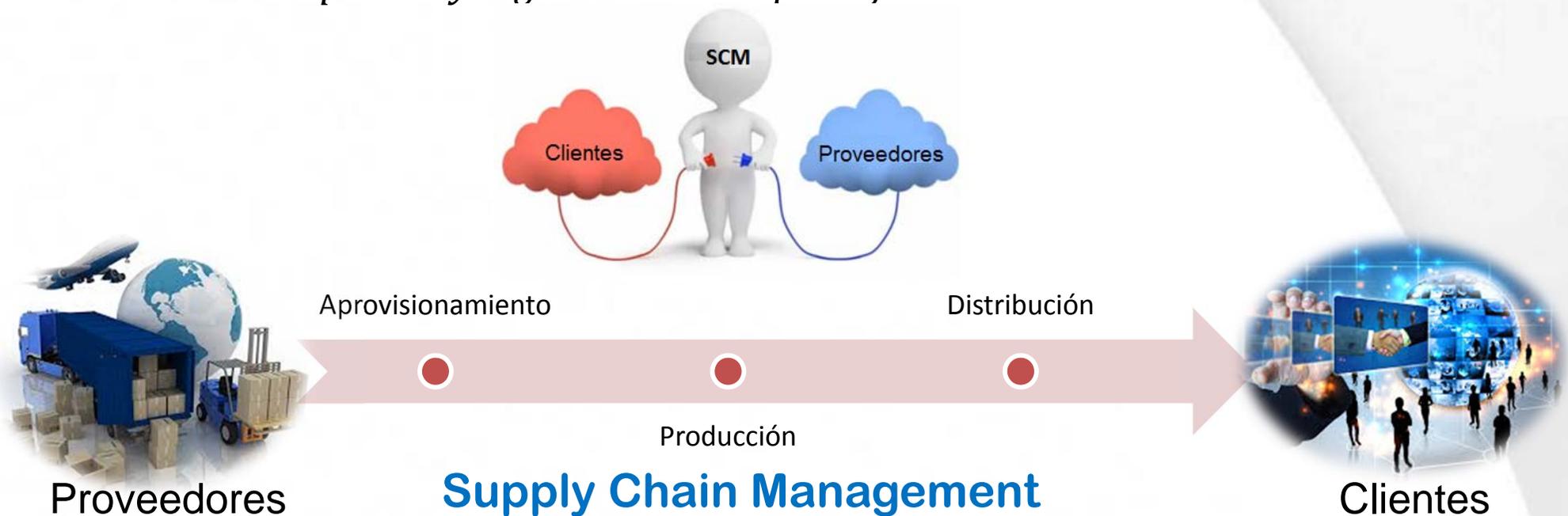
Logística 4.0

– *Rafael González (ICIL)* –

La logística se encarga del diseño y gestión del **flujo de información y de mercancías** entre clientes y proveedores .

Con el objetivo de disponer del material adecuado, en el lugar adecuado, en la cantidad adecuada y en el momento oportuno.

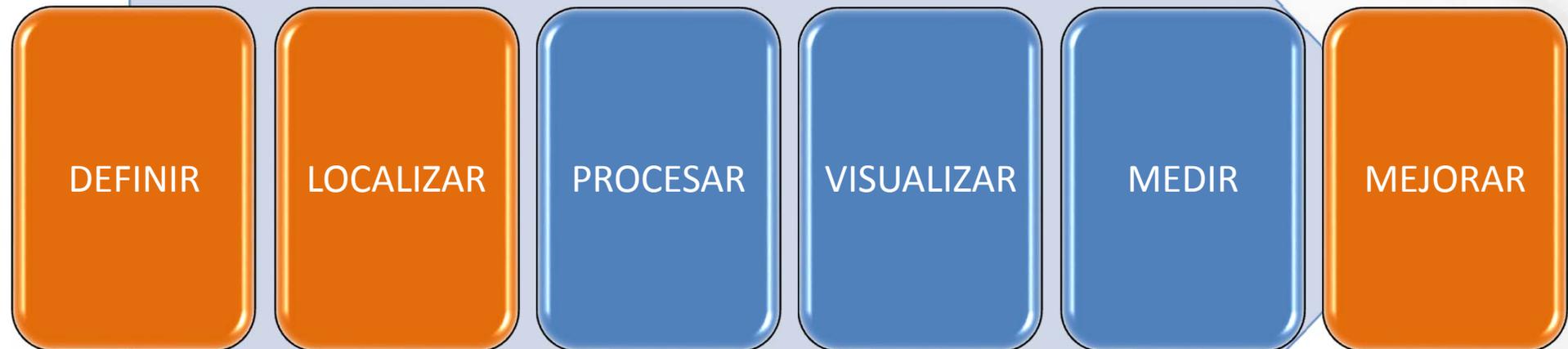
Al mínimo coste posible y según el servicio predefinido



La gestión inteligente de millones de datos, procedentes de diversas fuentes y con múltiples formatos, para la toma de decisiones en nuestra actividad



BUSINESS INTELLIGENCE



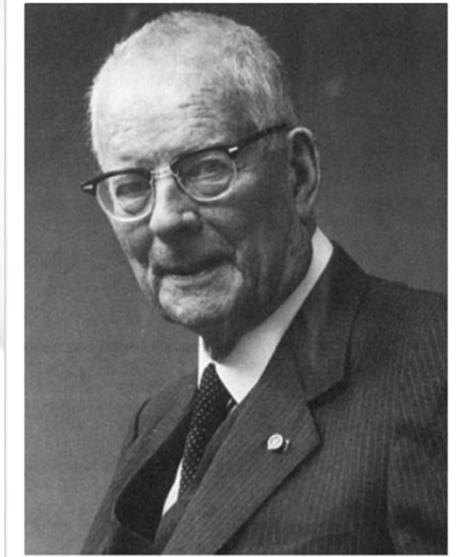
*La diferencia está en el tiempo
y la precisión*

Proceso y medición

Deming, uno de los padres de la mejora continua lo formuló hace mucho tiempo.

“Aquello que no medimos, no lo podremos mejorar”

Y hoy en día tenemos más opciones que nunca de medir.



William Edwards
Deming
(1900-1993)



FUNDACIÓN ICIL
Logistics & Supply Chain

www.icil.org

Rafael González Esquinas

rgonzalez@icil.org

Lourdes Clerico Medina

bilbao@icil.org



PROFESIONALENTZAKO PRESTAKUNTZA
FORMACIÓN PARA PROFESIONALES
PROFESSIONAL LEARNING SPACE



CÁMARA DE COMERCIO DE BILBAO



Compras, clave en la competitividad de la empresa

– Ferran Baños (AERCE) –



Asociación Española de Profesionales de Compras

Formación

La capacitación que el profesional necesita para su día a día

Networking

El foro en el que se mueve todo lo que tiene que ver con Compras

Información

Lo que pasa en el ámbito de Compras, cuando sucede

Promoción

Las claves necesarias para la promoción profesional del Comprador

Impacto de Compras en la rentabilidad de la empresa



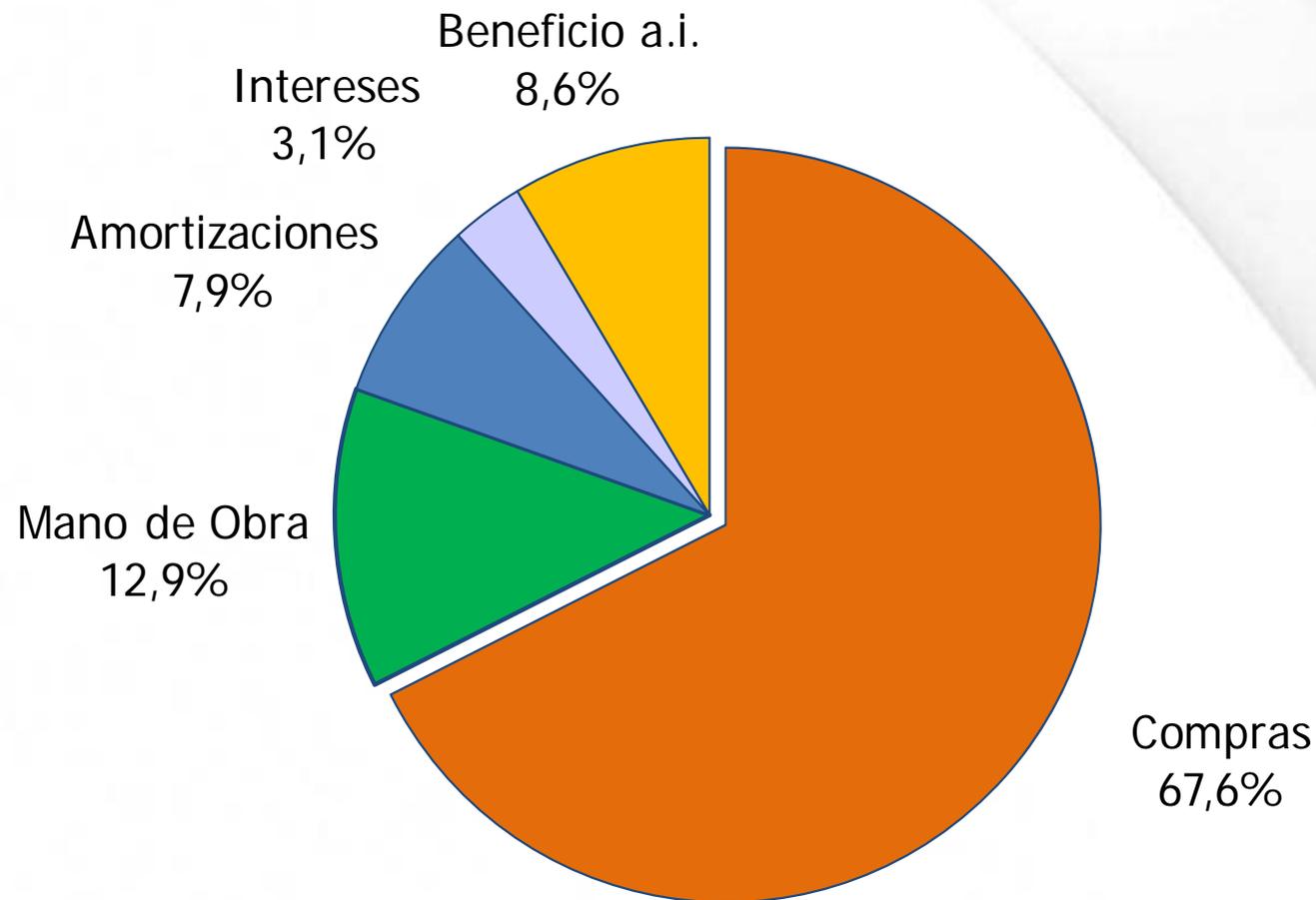
Estudio AERCE empresas que cotizaron en la bolsa española (años 2000 a 2015)

En 2015

| | |
|--|-----------|
| Nº total de Empresas analizadas | 104 |
| Número total de personas empleadas | 1.368.082 |
| INGRESOS TOTALES (valor total de la producción) (mill. de €) | 368.672 |
| COMPRAS (compras netas, gastos externos y de explotación) (mill. de €) | 247.687 |
| BENEFICIOS A.I. (resultado antes de impuestos) (mill. de €) | 23.656 |

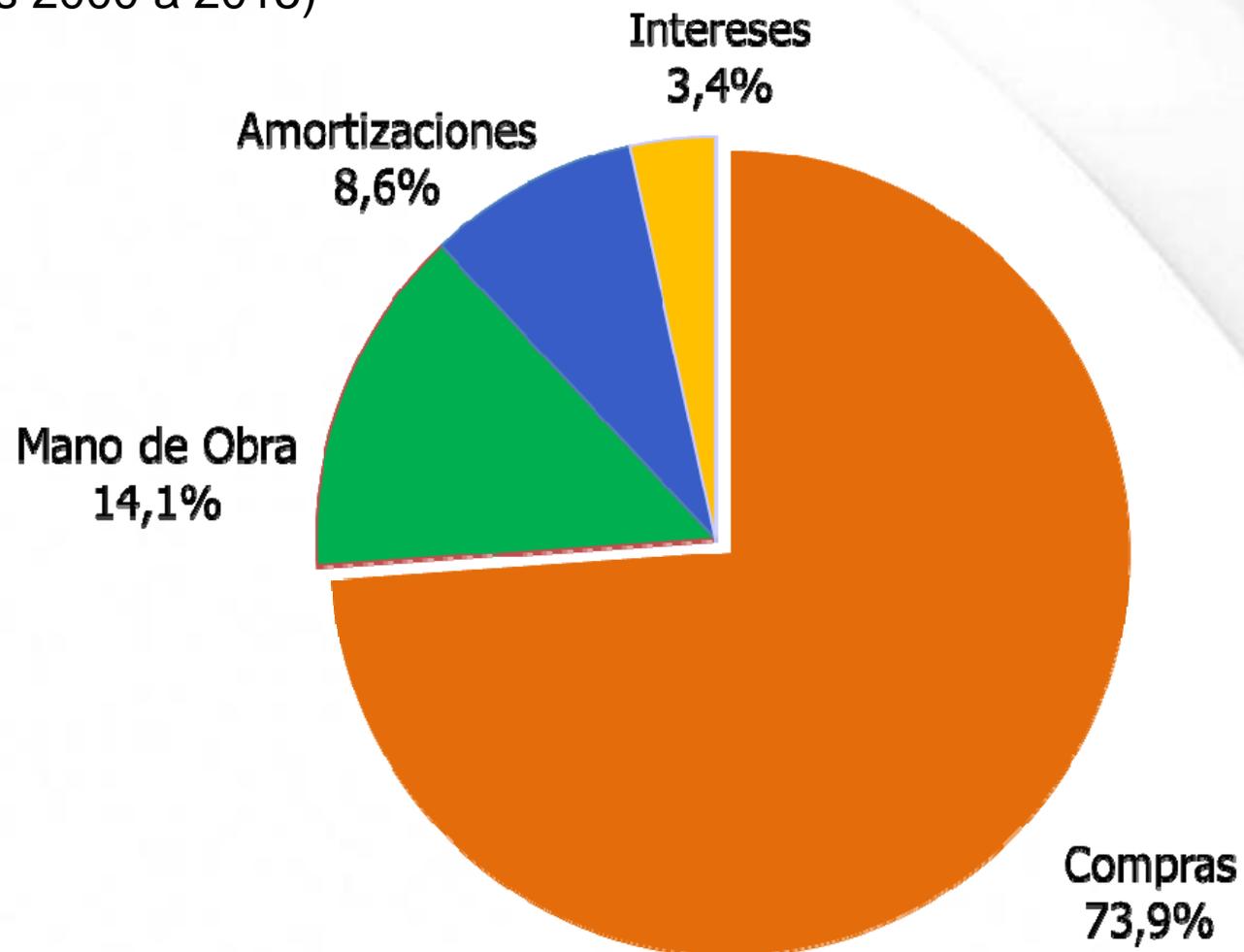
UTILIZACIÓN DE LOS INGRESOS

(media años 2000 a 2015)



DESCOMPOSICIÓN DE LOS GASTOS

(media años 2000 a 2015)



COSTE DE MERCANCÍAS Y SERVICIOS COMPRADOS sobre INGRESOS

| | |
|--------|--|
| 68 % | 116 Empresas españolas (*) (Bolsa 2000 a 2015) |
| 55 % | Empresas mineras |
| 79 % | Empresas de productos derivados del petróleo |
| 72 % | Empresas construcción de automóviles |
| 70 % | Empresas de la construcción |
| 42 % | Empresas de comunicaciones |
| 35 % | Presupuesto universidades y hospitales (U.S.A.) |
| > 50 % | Presupuesto gobiernos federal y locales (U.S.A.) |
| 38 % | Ayuntamiento de Barcelona |

Los ahorros de Compras van directos a la
Cuenta de Explotación...

... incrementando el beneficio de la
empresa y mejorando su rentabilidad.

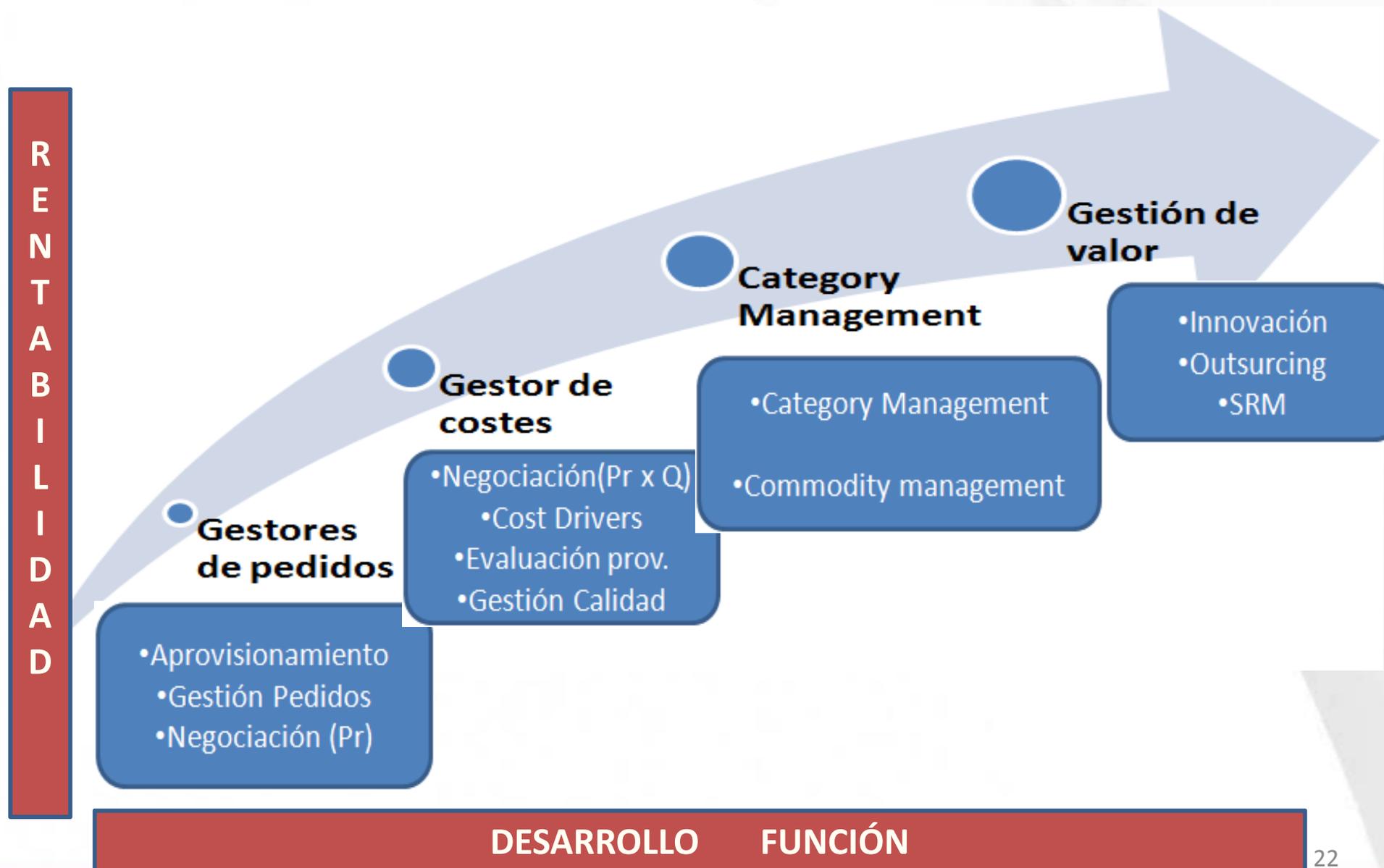
Impacto del coste de las compras sobre los beneficios de la empresa

| | Situación inicial | Aumento de ventas y beneficios un 33,3 % | Mejorando compras un 5 % | Empeorando compras un 5 % |
|------------------------------|-------------------|--|--------------------------|---------------------------|
| Materiales y serv. comprados | 65,0 | 86,7 | 61,7 | 68,3 |
| Salarios y sus cargas | 12,0 | 16,0 | 12,0 | 12,0 |
| Amortizaciones e intereses | 13,0 | 17,3 | 13,0 | 13,0 |
| Beneficios antes impuestos | 10,0 | 13,3 | 13,3 | 6,7 |
| Ventas | 100,0 | 133,3 | 100,0 | 100,0 |

Posición estratégica de Compras

- La posición competitiva de los precios de compra es crítica en la cuenta de resultados
- Los precios de comprar son el factor clave en la formación de los costes claramente por encima incluso de los de personal
- La formación de valor añadido es mayoritariamente externa a la propia empresa
- Las capacidades de los proveedores estratégicos son clave para la caracterización y diferenciación de la empresa en el mercado
- La eficiencia y eficacia de Compras deben ser objetivos estratégicos de las empresas

Evolución función de Compras



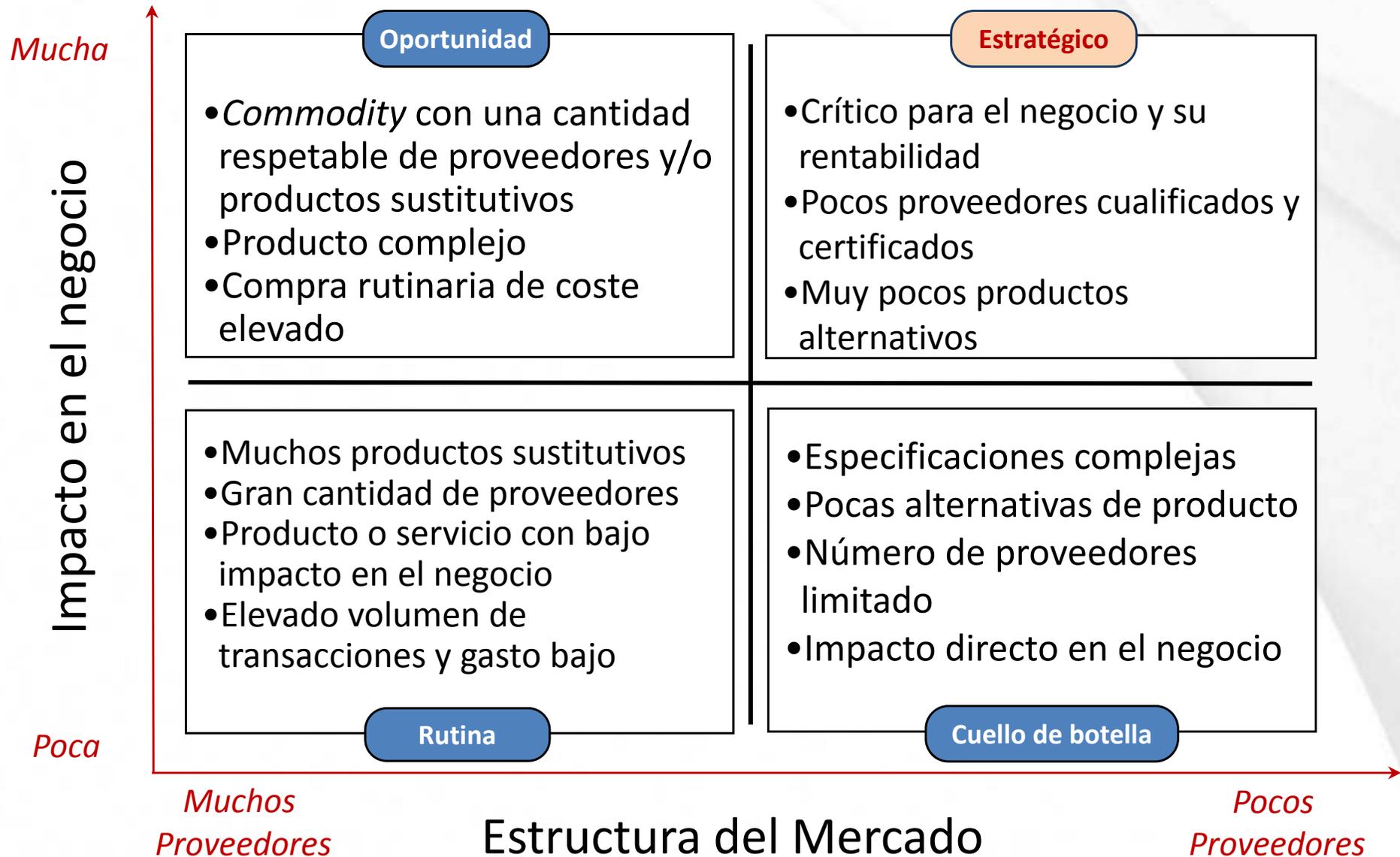
Valor añadido de Compras (i)

- Ahorro de costes directos e indirectos.
 - Costes de la operación de la organización de compras.
 - Coste de los productos, servicios y soluciones compradas.
- Asegurar la calidad de los bienes comprados.
- Garantizar la disponibilidad a tiempo de los productos y de la prestaciones de servicios.
- Evitar riesgos.
 - Legales, Comerciales.
 - De compras anticipadas, innecesarias, deficientemente definidas, etc..
 - De falta de estandarización de productos, de racionalización del parque de proveedores, etc...
- Relaciones comerciales externas.
 - Explorando y explotando las oportunidades de diferenciación, tecnológicas y competitivas del mercado cambiante para satisfacer las necesidades internas.
 - Vendiendo la Imagen y Valores de la empresa: fiabilidad, trato justo e igualitario a los proveedores.
 - Controlando el intercambio de información confidencial y “know how” bidireccional.
 - Reforzando la posición comercial de nuestra empresa con los socios externos que sean también proveedores.

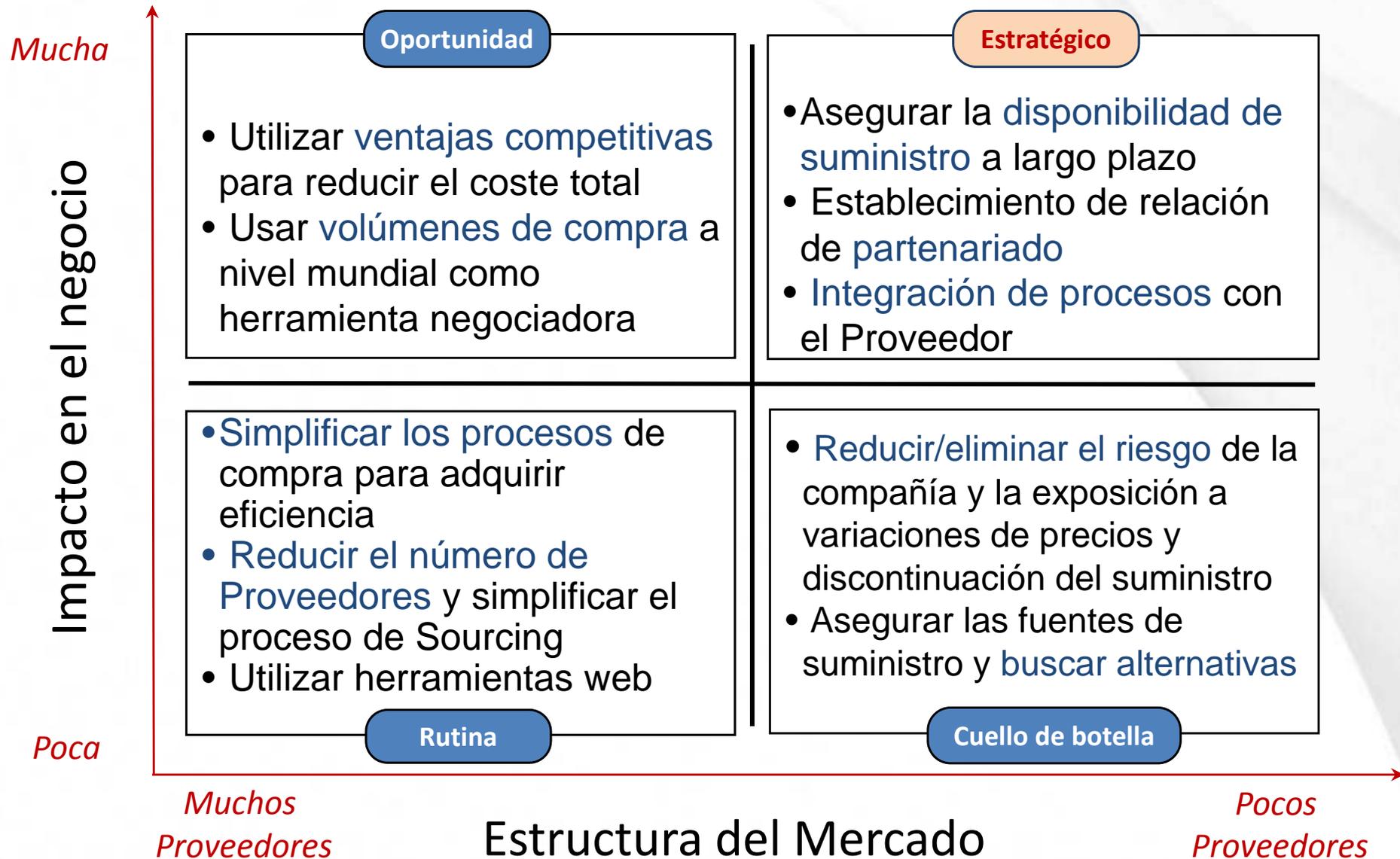
Valor añadido de Compras (ii)

- Conocer e involucrarnos con los objetivos estratégicos de nuestra empresa.
 - Estableciendo relaciones de colaboración y de socio con el resto de organizaciones de la empresa.
 - Conociendo sus objetivos e iniciativas de negocio.
 - Anticipándonos a la nueva demanda de necesidades externas futuras.
 - Colaborando en el desarrollo de nuevos negocios.
 - Ofreciendo capacidades externas que complementen el valor añadido interno.
 - Asesorando en los procesos de decisión no sólo los de “hacer o comprar” sino también el de venta.
- Aportar **rentabilidad**, fiabilidad y solvencia profesional.
 - Ayudando a la mejora de la posición competitiva de nuestra empresa en el mercado.
 - Aportando consistencia y coherencia en nuestra actuación y evitando riesgos empresariales.
 - Marcando estándares éticos profesionales.
 - Definiendo y controlando los límites de responsabilidad del proceso de compras y los métodos y estándares de trabajo en equipo con nuestros socios.

Relaciones con los Proveedores



Estrategia a seguir...



Para recordar ...



... **Compras** es algo más que poner pedidos y negociar precios, es una función de **Creación de Valor** en la empresa



PROFESIONALENTZAKO PRESTAKUNTZA
FORMACIÓN PARA PROFESIONALES
PROFESSIONAL LEARNING SPACE



CÁMARA DE COMERCIO DE BILBAO



Presentación del Consorcio *MU-ICIL-AERCE-CCB*

– *Urtzi Uribetxebarria (M.U.)* –

MONDRAGON UNIBERTSITATEA es una **Universidad comprometida** desde su nacimiento con la **calidad en la educación y la orientación práctica de sus estudios**. Mantiene una estrecha colaboración con la empresa, lo cual le permite alinear su oferta con las necesidades derivadas de los retos a los que se enfrenta nuestro tejido empresarial.

GOI ESKOLA
POLITEKNIKOA

ESCUELA
POLITÉCNICA
SUPERIOR



Fundación ICIL es una entidad dedicada al **estudio, conocimiento, divulgación e implantación** de la **SUPPLY CHAIN**, cuya misión es **promover las actividades logísticas** en su sentido más amplio incluyendo la formación, el apoyo logístico a profesionales y empresas, la divulgación y la investigación, tendentes a la mejora de la eficiencia económica.

AERCE es la **Asociación de Profesionales de Compras, Contratación y Aprovisionamientos en España**. **AERCE** nació en 1981 y actualmente es una **asociación de tipo profesional** que tiene por finalidad estatutaria transmitir, publicar e impartir conocimientos, experiencias e informaciones y realizar investigación sobre todas las cuestiones de Compras, Contratación y Aprovisionamientos.



BILBOKO
MERKATARITZA
GANBERA

CÁMARA DE
COMERCIO
DE BILBAO

A este proyecto se suma la **CÁMARA DE COMERCIO DE BILBAO** aportando su saber hacer y amplia experiencia en la formación dirigida al público general, tanto del ámbito ejecutivo como de recién egresados.

Los **objetivos** que persigue el Convenio acordado a 4 bandas, son:

- I. Colaborar en el desarrollo, mediante la dirección e impartición, de:
 - a) *Máster Executive en Compras y Logística* para profesionales con experiencia a partir de febrero del 2017.
 - b) *Máster en Supply Chain Management* para recién titulados a partir de octubre del 2017.
- II. Conseguir una implicación de las Partes en este proyecto de manera que las mismas lo sientan como un Máster propio
- III. **Desarrollar unos Másteres de referencia** que de notoriedad a las partes y **un alto grado de satisfacción a los participantes** (alumnos, profesionales y ponentes).
- IV. Sentar la base para establecer una colaboración a largo plazo y extender dicha colaboración a otras actividades realizadas por Fundación AERCE, EPS-MU, ICIL y CCB.

Pretende ...

Provocar una transformación

En la **PERSONA**, aportando una visión integral que cambiará su forma de hacer...

...y en la **EMPRESA**, mediante el proyecto personal orientado a obtención de resultados empresariales..

... mediante ...

Método práctico

CAP_{acitación} del **PROFESIONAL** dotándole de métodos, técnicas y herramientas operativas para...

...la **TRANS_{ferencia}** mediante implantaciones reales en **EMPRESA**.

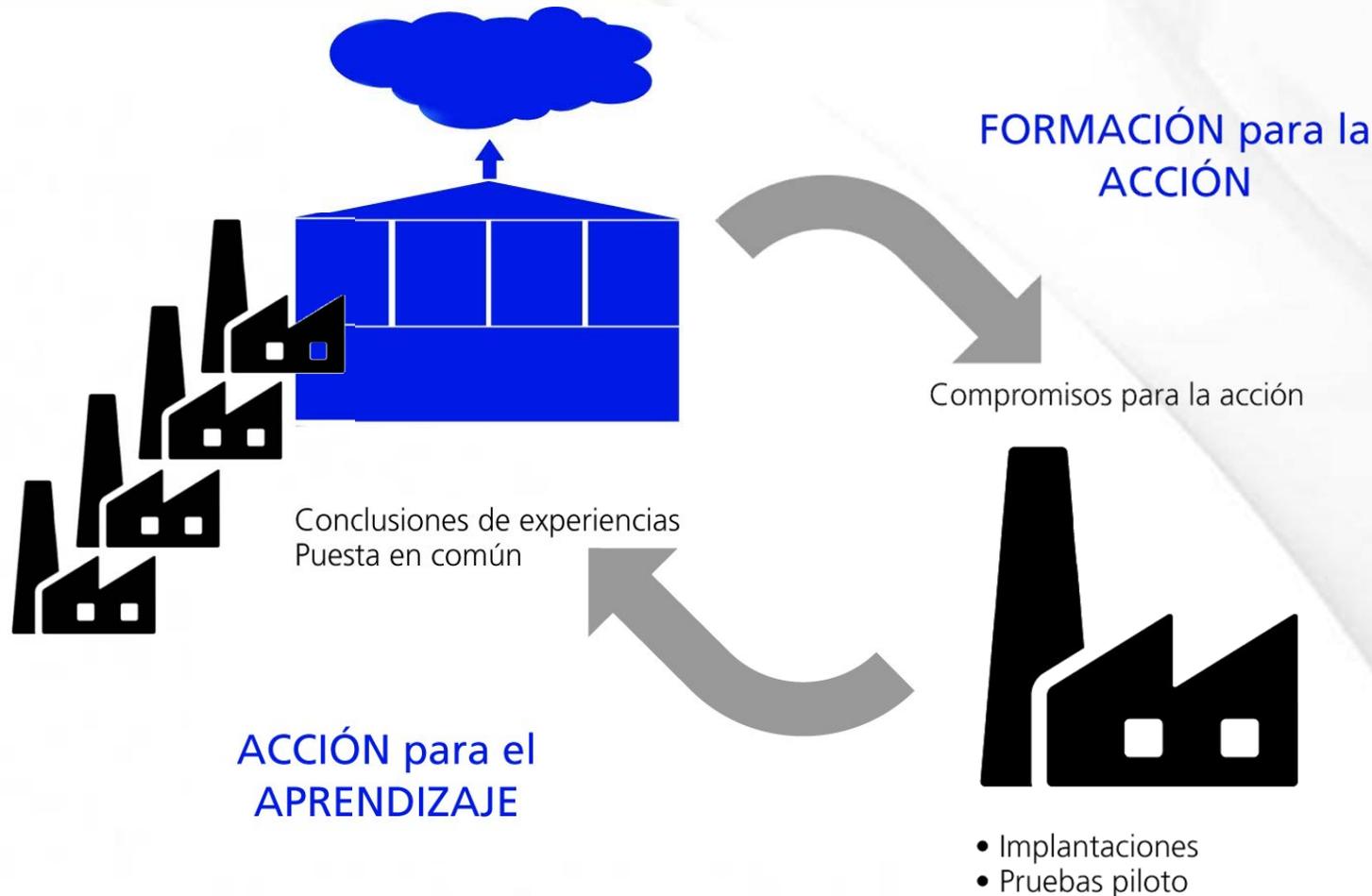
... orientándolo a

RESULTADOS

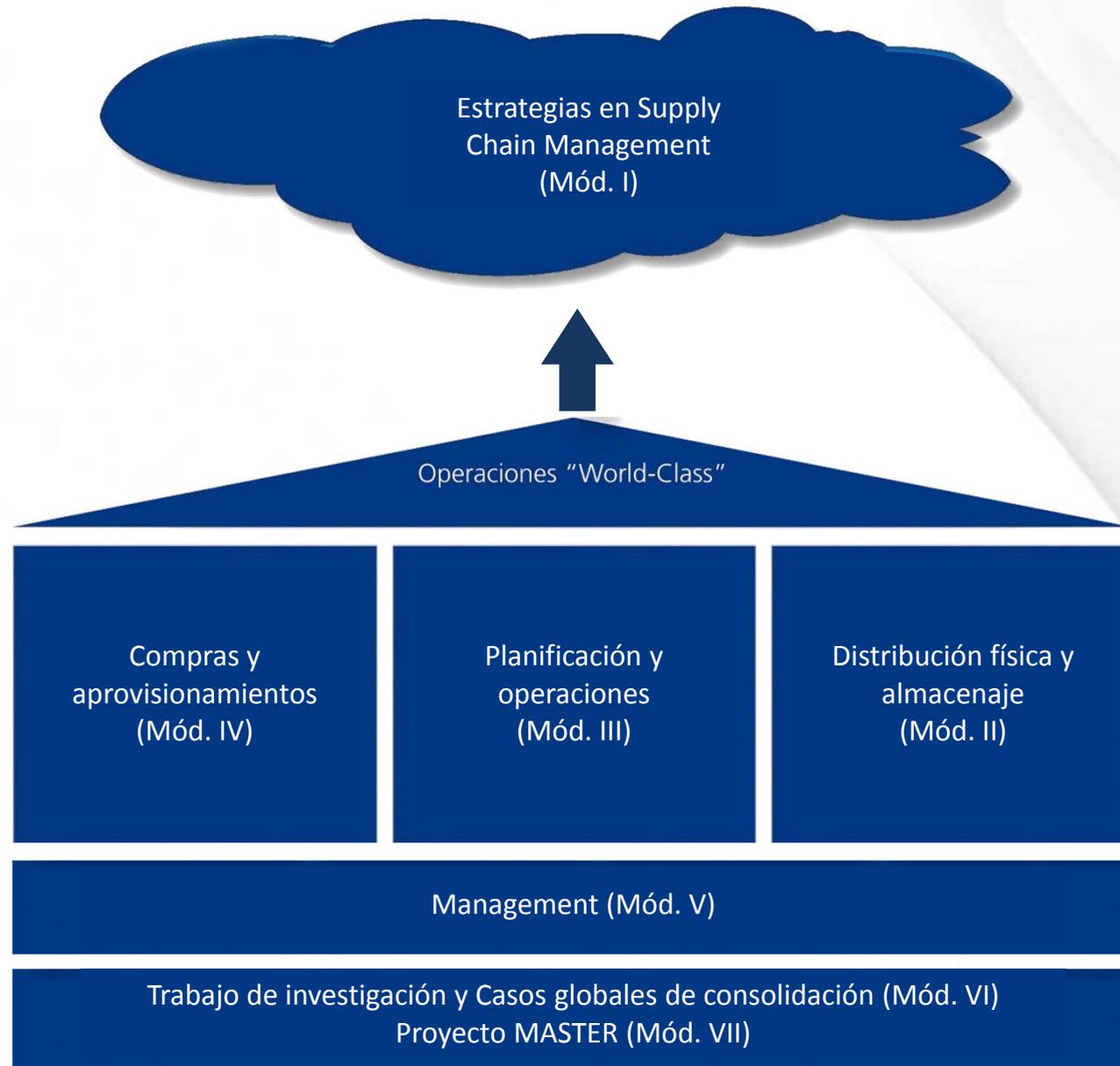
Aprendizaje del **PARTICIPANTE**, mediante la experimentación

Co-Aprendizaje del **GRUPO** mediante puesta en común

Transformación **EMPRESARIAL** de los resultados



- **Clases magistrales** impartidas por personas **con experiencia contrastada** en las diferentes materias.
- **Estudios de caso basados en proyectos reales** llevados a cabo en empresas referentes.
- **Ejercicios “Role playing” y Simulaciones** para asentar e interiorizar los conocimientos adquiridos.
- **Visitas de trabajo a empresas referentes con objetivos concretos**
- **Implantaciones reales** en empresa finalizando en **puesta en común**.

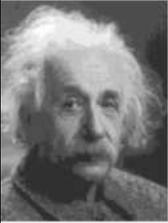


Propuestas formativas

-Participantes en programas formativos y/o implantaciones-

XXII Semana Europea - European astea





No pretendamos que las cosas cambien si siempre hacemos lo mismo". La crisis es la mejor bendición que puede sucederle a personas y países porque **la crisis trae progresos**. La creatividad nace de la angustia como el día nace de la noche oscura. Es en la crisis que nace la inventiva, los descubrimientos y las grandes estrategias. Quien supera la crisis se supera a si mismo sin quedar "superado". Quien atribuye a la crisis sus fracasos y penurias violenta su propio talento y respeta más a los problemas que a las soluciones. La verdadera crisis es la crisis de la incompetencia. El problema de las personas y los países es la pereza para encontrar las salidas y soluciones. Sin crisis no hay desafíos, sin desafíos la vida es una rutina, una lenta agonía. Sin crisis no hay méritos. Es en la crisis donde aflora lo mejor de cada uno, porque sin crisis todo viento es caricia.

Hablar de crisis es promoverla, y callar en la crisis es exaltar el conformismo. En vez de esto trabajemos duro. Acabemos de una vez con la única crisis amenazadora que es la tragedia de no querer luchar por superarla.

Albert Einstein
A. Einstein

“No pretendamos que las cosas cambien si siempre hacemos lo mismo”

Albert Einstein

Eskerrik asko / *gracias*

www.mondragon.edu/profesionales

"Imagine The Future...Make It Happen"