

apd

SEMINARIO

Compras estratégicas digitales

¿Aún no está su proceso de compras digitalizado?

Y el equipo de compradores, ¿está enfocado a aportar valor estratégico al Negocio?

Barcelona, 9 de junio de 2020

#Compras

apd

ESCENARIO

La **ola de digitalización** que está inundando las empresas, está alterando profundamente la misión de Compras; su enfoque a aprovisionar, va a desaparecer. Su función tradicional, será sustituida por la digitalización y consiguiente **automatización del proceso de compra**.

El equipo de Compras anda desconcertado: aumento de carga de trabajo, en ciclo económico modestamente expansivo; un equipo muy ajustado, a raíz de la última crisis; inversiones tecnológicas en las que Compras está fuera de foco.

Pero la presión para una contención en costes es muy grande y se agiganta al pedir la Dirección a Compras un paso más allá: **aportar valor estratégico**.

DESAFÍO

En este escenario el equipo de compras se ve horquillado: las muchas horas que dedica a “empujar pedidos” escasamente alcanza para que no haya “faltas”. Atónito, asiste a la exigencia de excelencia operativa, al mismo tiempo que se le pide levantar la mirada, buscando captar valor en los recursos externos a la empresa.

La meta es clara **Compras Estratégicas y Digitales**. Pero, ¿cuál es el Road Map?: por dónde empezar, cuáles las etapas, con qué recursos en qué plazos, con qué perfiles, cuánto apoyo tendrá de la DG, cuál será la reacción de la Organización, y así podríamos seguir con un sinfín de preguntas, que requieren respuestas.

Road Map, hacia Compras Estratégicas y Digitales

La Transformación ha sido lenta, por un lado, la falta de compromiso de la Dirección. Por otro, el equipo de Compras no siempre ha tenido la visión de ir más allá de lo puramente operativo y ha sufrido una flagrante escasez de recursos

La digitalización está acelerando este proceso. La oferta de soluciones en el mercado, permite automatizar el proceso de compra desde que surge la demanda hasta el pago y evaluación del proveedor. Las herramientas digitales abren el análisis en extensión (Big Data) y en profundidad (AI) contribuyendo a la toma asertiva de decisiones estratégicas.

OBJETIVOS

- Consensuar el modelo más eficiente frente a los grandes desafíos que se le presentan a Compras.
- Constituirse como Business partner, asumiendo y contribuyendo a los objetivos estratégicos de las Unidades de Negocio y Funcionales.
- Entender en que circunstancias se logra captar mayor valor: Negociar vs Colaborar.
- Familiarizarse con las nuevas herramientas digital, y la aplicación en su empresa.
- Estimar el ROI de la digitalización de cada una de las etapas del proceso de compra.

DIRIGIDO A

- **CEO (Comité de Dirección)**, interesados en entender el alcance de la Digitalización apropiado para Compras en su empresa: cómo implementarla y las consecuencias en la compañía.
- **CPO**, inmerso en el cambio de modelo de gestión con foco estratégico y sobre la base de la digitalización.
- **Profesionales de Compras** ambiciosos, que buscan ir más allá del enfoque puramente operativo de la función; aspirantes a CPO.
- **Área de finanzas y controlling**, para entender mejor el rol de con Compras en la Gestión Eficiente del Gasto.
- **Área de Innovación y/o Marketing** en empresas en las que Open Innovation juega un papel clave en desarrollar ventajas competitivas.
- **Área de Compliance**, en la incesante trabajo para comprometer a los proveedores con las políticas corporativas.

VALOR PARA EL PARTICIPANTE

- Entender que su desarrollo profesional en Compras, pasa por abrazar el nuevo modelo.
- Evolucionar hacia unas competencias de visión estratégica y menos operativas.
- Vislumbrar el impacto que va a tener la digitalización en sus funciones actuales.
- Desarrollar habilidades blandas, imprescindible en un modelo de partenariado con las Unidades de Negocio y funcionales.
- Descubrir el potencial de las nuevas herramientas digitales para fundamentar relaciones más productivas con los proveedores.

VALOR PARA LA EMPRESA

- Catapultar el concepto de Empresa Extendida: competir en los mercados apalancándose en la red de proveedores (recursos externos).
- Pasar de un área que es puro coste operativo a una función integrada en las unidades de Negocio y Funcionales.
- Ganar ventajas competitivas al incorporar la capacidad de los proveedores a su oferta al mercado.
- Valorar el ROI de la digitalización en el área de Compras, descubriendo la atractividad de la dedicación de recursos a esta función.
- Establecer una senda para la incorporación del CPO al Comité de Dirección.

RAMON SAGARRA

ESADE Executive Education

Ingeniero Químico IQS / Ingeniero Industrial URL (Universidad Ramon Llull) / Diplomado en IESE
Ha realizado proyectos de formación y consultoría para empresas como Endesa (en Madrid, Roma y Santiago); Santander programa “Market Intelligence”; Repsol “Gestión de Riesgos en la Supply Chain”, Gas Natural “Desarrollo de proveedores en Latam”; Gestamp “Maturity Corporate Team”, Danone “Sourcing Supplier Development”; Ferrovial programa de formación de Category Buyers entre otros.

EXPERIENCIA ACADÉMICA:

- Director DPSD (Diplomado Procurement Strategic & Digital) Universidad Católica Chile
- Director PDDC (Programa Desarrollo Directivo Compras).ESADE Business School
- Director MIP (Master International Purchasing) URL (Universidad Ramon Llull)
- Director Diploma Sourcing, UAI, (Universidad Adolfo Ibáñez) Chile
- Director MGEI (Master en Gestión de la Empresa Industrial) IQS
- Chairman Cátedra Strategic Sourcing UAI-Santander, UAI
- Profesor en URL, IESE; Escuela de Ingenieros; UPC; UPV; UAI, USF, (San Francisco); Fordham, (NY).
- Harvard Business School (Engineering Management), Stanford University (SRI (Stanford Research Institute), MIT (Massachusetts Institute of Technology)

HISTORIAL PROFESIONAL:

- Consejero Delegado de Barcelona Activa y Director General de Promoción Económica del Ayuntamiento de Barcelona
- Director General de Marketing y Ventas de Roche
- Director de Área de Boehringer Ingelheim
- Director de División de Henkel
- Director Nalco Chemicals Norte España y Chile
- Ingeniero de Procesos de Induquímica. Cepsa
- Asesor y formador de la red ANCES, BIC's españoles
- Consejero y promotor de Santiago Innova e incubadoras de Corfo, (Chile)
- Director del proyecto “Guía para Intraemprender” DGPPYME.
- Colaborador de la Fundación Corona, Bogotá Colombia
- Asesor de la incubadora del TEC
- Director del proyecto Incubadora en Orán, Argelia
- Asesor de la Mujeres Emprendedoras en Nador, Marruecos
- Autor del libro “Creación de Empresas, teoría y práctica”, publicado por McGraw Hill en 2004
- Miembro fundador del Consejero de Redacción de la revista “Iniciativa Empresarial” de IESE
- Consejero de diferentes fondos de inversión de seek capital y startup de la Administración española

SAVE THE DATE



Barcelona

Aula Formación APD Catalunya
Avinguda Diagonal, N° 520, 2-3 08006 Barcelona



9 de junio de 2020

**09.00 h. COMPRAS DIGITALES
ESTRATÉGICAS**

- Identificar los objetivos estratégicos de la compañía
- Alineamiento de compras

**10:15 h. MEDICIÓN DEL VALOR
APORTADO POR COMPRAS**

- Visualización del aporte de valor de Compras en los estados contable.
- Balance Score Card, indicadores de Compras.
- La implicación del proveedor en la observancia del Compliance Corporativo

11.00 h. PAUSA-CAFÉ**11.30 h. EFICIENCIA EN LAS ETAPAS
DE UN PROCESO DE COMPRA.**

- Mapa de Gasto, Análisis del Gasto. Resultados esperables
- Proveedores: Gestión del Panel. Desarrollo. Evaluación del desempeño
- Automatización del proceso de comprar

13.00 h. ALMUERZO**14.30 h. NEGOCIACIÓN VS
COLABORACIÓN**

- Estrategias de negociación
- Negociaciones on-line
- Cultura colaborativa
- Compartiendo beneficios y riesgos con el proveedor

**15.30 h. HERRAMIENTAS DIGITALES
EN APOYO DE LAS
DECISIONES ESTRATÉGICAS**

- Presentación del set de herramientas digitales, grado de desarrollo.
- Su aplicabilidad en función del grado de madurez del departamento.
- La monitorización del contrato, CLM (Contract Lifecycle Management).

**16.45 h. ROAD MAP HACIA COMPRAS:
ESTRATÉGICAS Y DIGITALES**

- Business case, la trascendencia del lenguaje frente a la Dirección.
- Etapas de su implementación.
- Resultado esperado en cada paso.
- Principales obstáculos y barreras a sortear.

17.30 h. CONCLUSIONES Y CIERRE

Compras estratégicas digitales

¿Está Compras aportando valor medible a los grandes objetivos estratégicos de la compañía? ¿Su nivel de digitalización se lo permite?

APD – Avinguda Diagonal 520, 2-3, 08006 Barcelona
9 de junio de 2020

Información práctica

- **Fecha:** 9 de junio de 2020
- **Lugar:** Aula Formación APD
Avinguda Diagonal 520, 2-3.
08006 Barcelona.
- **Horario:** de 09:00 h. a 17:30 h.
- **Teléfono:** 93 440 76 05
- **Correo electrónico:** afabres@apd.es

Inscripción

- **Socios Protectores de APD:** 425€ + 21% IVA
- **Socios Globales de APD:** 600€ + 21% IVA
- **Socios Individuales de APD:** 600€ + IVA
- **No socios:** Consultar (93 440 76 05
lcaparros@apd.es)
SER SOCIO DE APD TIENE IMPORTANTES
VENTAJAS.

Cancelaciones

- Cancelaciones gratuitas válidas hasta **48 horas** antes de la celebración de la actividad.

Forma de pago

El pago de las cuotas se hará efectivo antes de iniciarse la actividad por medio de los siguientes procedimientos:

- Tarjeta (Pasarela Web)
- Domiciliación
- Transferencia Banco Santander
ES42 0049 1182 3721 1003 3641
Nota: Rogamos adjunten justificante de pago.

Los gastos de formación de personal tienen la consideración de gastos deducibles para la determinación del rendimiento de las actividades económicas, tanto en el Impuesto sobre Sociedades como en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas. Aquellos gastos e inversiones destinados a habitar a los empleados en la utilización de las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información dan derecho a practicar una deducción en la cuota íntegra de ambos impuestos en el porcentaje previsto legalmente.

Si no pudiera asistir a este acto, le rogamos haga llegar esta información a otra persona a quien Ud. estime que pueda serle de utilidad. Si recibiera más de un programa de esta convocatoria, le rogamos lo comunique a nuestro departamento de base de datos, e-mail: basededatos@apd.es

Compras estratégicas digitales

¿Está Compras aportando valor medible a los grandes objetivos estratégicos de la compañía? ¿Su nivel de digitalización de lo permite?

APD – Avinguda Diagonal 520, 2-3, 08006 Barcelona
9 de junio de 2020

Formaliza tu inscripción
a través de nuestra web
www.apd.es

- 1 Regístrate en nuestra web (recibirás un mail de confirmación con tu clave de acceso)
 - 2 Dirígete a la actividad a la que quieres inscribirte (Agenda APD)
 - 3 Pulsa el botón “Inscribirme” y rellena los campos solicitados
-

APD diseña soluciones a medida para sus Socios. El alcance de esta acción formativa puede diseñarse in-company. Diagnosticamos necesidades, integramos contenidos, seleccionamos expertos y medimos resultados. Dado que cada empresa tiene su particularidad, consulta al Responsable de In-Company de Zona Catalunya, David Berlanga **dberlanga@apd.es** y te enviaremos una propuesta adaptada.



LA COMUNIDAD GLOBAL DE
DIRECTIVOS

Para más información contactar con:

Albert Fabrés
afabres@apd.es

APD Zona Catalunya
inscripcionesmediterranea@apd.es
93 440 76 05

www.apd.es