





# 4

## ESTABLECEMOS LAZOS DE RESPONSABILIDAD CON NUESTROS PROVEEDORES

- *Modelo de Compras: '7 steps sourcing process'*
- *Nueva Mesa de Compras*

# Establecemos lazos de responsabilidad con nuestros proveedores

---



En el contexto de la nueva organización, la función de compras se ha convertido en un proceso de extrema dificultad: múltiples proveedores, muchos de ellos internacionales, estructuras complejas, dispersión geográfica, etc.

Durante el año 2014 la compañía ha trabajado para poner en marcha sistemas que permitan hacer cada vez más eficiente esta gestión.

## CONSTRUYENDO...

### CON NUESTROS PROVEEDORES DE MANERA...

#### Flexible

Consideramos a nuestros proveedores como socios a largo plazo y nuestras políticas de gestión son una garantía para su actividad y la continuidad de la cadena de valor, adaptándonos a sus necesidades de mejora y cambio continuo.

#### Responsable

Exigimos a nuestros proveedores estándares de calidad de suministro acordes con los nuestros y con los demandados por consumidores y clientes.

#### Esencial

Queremos generar valor para nuestros proveedores, creando relaciones sostenibles, en las que el afán por mejorar sume y haga crecer el negocio conjunto, todo ello basado en la participación activa y la toma de decisión compartida.



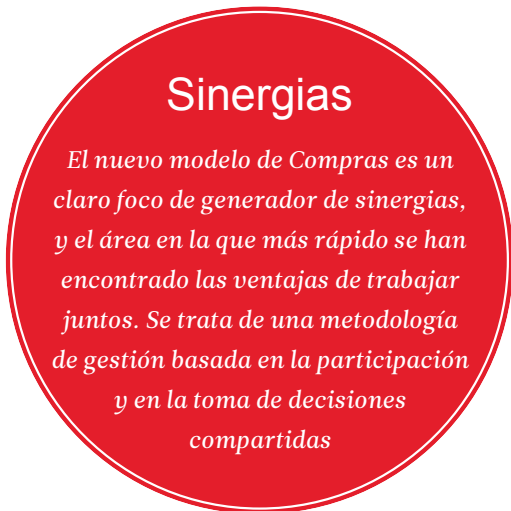
El diseño del nuevo modelo de Compras se inició el año 2013, con la creación de Coca-Cola Iberian Partners. Desde el primer momento consideramos que había que abordar el desafío de avanzar hacia una nueva forma de trabajo que generase mayor valor a la compañía.

El primer paso adoptado por el departamento de Compras fue la implantación del modelo de compras que predomina en el Sistema Coca-Cola: el llamado *7 steps sourcing process*, utilizado ya por la mayor parte de los grandes embotelladores,



**MARC RICOU**  
DIRECTOR DE COMPRAS

*“Durante el año 2014 la compañía ha trabajado para poner en marcha sistemas que permitan hacer cada vez más eficiente la gestión y establecer relaciones sólidas con nuestros proveedores”.*



que permite la gestión conjunta de la negociación y el aprovisionamiento de la compañía. La implantación de este modelo se ha desarrollado durante 2014 y está en funcionamiento desde enero de 2015.

El modelo *7 steps sourcing process* cumple plenamente con las exigencias

básicas de Coca-Cola Iberian Partners y garantiza que los procesos de negociación contemplen los criterios establecidos por todas las áreas implicadas y que todos tengan el mismo valor a la hora de tomar la decisión final.

Con este modelo de trabajo, Coca-Cola Iberian Partners se sitúa a la vanguardia de las mejores prácticas internacionales dotándose de una herramienta estratégica para el negocio y para la mejora de la rentabilidad de las operaciones. En definitiva, es un claro foco de sinergias. El área en la que más rápido se pueden encontrar las ventajas de trabajar juntos.

### Características del modelo '7 steps sourcing process'

1



Es un proceso colaborativo de compras.

2



Asegura una toma de decisión colegiada –no individual–.

3



Es sostenible a largo plazo.



## Una nueva Mesa de Compras con decisiones compartidas

La nueva Mesa de Compras es el eje central de esta metodología de participación y decisiones compartidas. Con ella la compañía es capaz de implicar de forma muy activa tanto al usuario final del producto o servicio que se va a adquirir, como a las áreas afectadas por el mismo.

El objetivo es recoger, desde un primer momento, las necesidades reales y los requisitos específicos del proceso de compra que finalmente quedarán plasmados en un pliego formal de condiciones.

Tras un análisis detallado del espacio común de compras y la tipología de

productos y servicios adquiridos en el total de la organización, se han categorizado nuestros productos y priorizado los procesos de negociación en los que más sinergias se deberían encontrar.

La implementación de este proceso supone también una reducción de costes, definido en el Plan de Ahorro puesto en marcha durante el ejercicio. Con este sistema, en 2014 se han gestionado más de 150 procesos de compra y más de 300 promociones de *trade marketing* negociadas. En cada proceso hemos contabilizado una media de 4,4 proveedores invitados, que han generado unos ahorros de un 10,5%.



**DIANA PANCORBO**  
CATEGORY BUYER

*“Trabajamos con un modelo de compras colaborativo, que asegura una toma de decisiones conjunta y sostenible”.*

### LA NUEVA MESA DE COMPRAS EN DATOS

150

*Procesos de compras gestionados*

300

*Promociones 'trade marketing' negociadas*

4,4

*Proveedores de promedio invitados en cada proceso*

10,5%

*generación de sinergias*