

Material Impreso de Comunicación al Mejor Valor Total

Antecedentes

Nuestro cliente, empresa global farmacéutica y de productos agroquímicos, para su unidad en Centroamérica, dentro de sus estrategias de comunicación negocia centralmente la impresión litográfica del Material Promocional utilizado por cada una de sus divisiones. Siendo el suministro de este material un elemento de costo muy relevante para la misma, se realiza un proceso estructurado y centralizado de negociación. Para alcanzar aun mayores beneficios en la negociación del suministro se contrataron los servicios de Vivo Consulting para llevar a cabo la negociación por medio de una subasta inversa.

Estrategia

La negociación incluía una lista de aproximadamente 700 líneas, dentro de las cuáles de encontraba la impresión de afiches, calendarios, bifoliales, volantes, carpetas y rótulos colgantes.

Nuestro cliente había iniciado un proceso de cotización preliminar, en el cual participaron todos los proveedores invitados a la segunda fase y sirvió de base para la calificación de los proveedores a invitar. Para alcanzar el objetivo propuesto y completar el proceso, se homogenizaron las ofertas, en torno a los productos y cantidades ofrecidos.

Adicionalmente se tomaron en consideración aspectos cualitativos relevantes que inciden en la toma de decisión de adjudicación del suministro, dichos factores fueron:

- Calidad Relativa (peso asignado entre 0.63% y 1.25%)
- Costo de Cambio a un nuevo proveedor (peso asignado entre 0.63% y 1.25%)

La negociación se llevo a cabo en dos grandes fases:

1. Presentación de Pre-Oferta Económica (en base a RFQ tradicional)
2. Presentación de Oferta Económica (Subasta Inversa)

Resultados

Como resultado del evento un (1) proveedor ofrece las mejores condiciones, con lo cual se logra un ahorro de 24.06%. El Cliente alcanzó el objetivo que buscaba al reducir el valor del contrato manteniendo el mismo nivel de servicio deseado.

Competitividad

| | |
|-----------------------------|-------------|
| Horario Inicio | 10:00 horas |
| Duración (min.) | 1 hora |
| # Extensiones | 6 |
| # Ofertas | 76 |
| # Proveedores Participantes | 6 |

(Ver gráfica en la siguiente página)

Casos Exitosos del eSourcing

Industria

Farmacéutica, Formuladora de Productos Agroquímicos y otros.

Proveedor de Servicio

Vivo Consulting

Reto de Negocio

Asignar, dentro de un grupo de proveedores precalificados, al proveedor que ofrezca las mejores condiciones y permita maximizar el beneficio en la adquisición de Material Promocional Impreso Diverso, para el período de 1 año y medio. Adicionalmente se tiene como objetivo dejar a los 3 primeros lugares del evento dentro de la base de datos inmediata para cotizar productos no incluidos en la negociación actual.

Estrategia

Certificación, homologación y estandarización de Proveedores y Ofertas. Realización de RFQ's

Matriz de Evaluación de Proveedores y de pesos de los factores cualitativos. Incorporación de un factor cualitativo diferenciador en la presentación de ofertas (resultante de la evaluación técnica del producto y proveedor)

El proveedor ganador deberá firmar un Convenio de Suministro por un año y medio para otorgar certeza al proveedor ganador.

Presentación de ofertas:

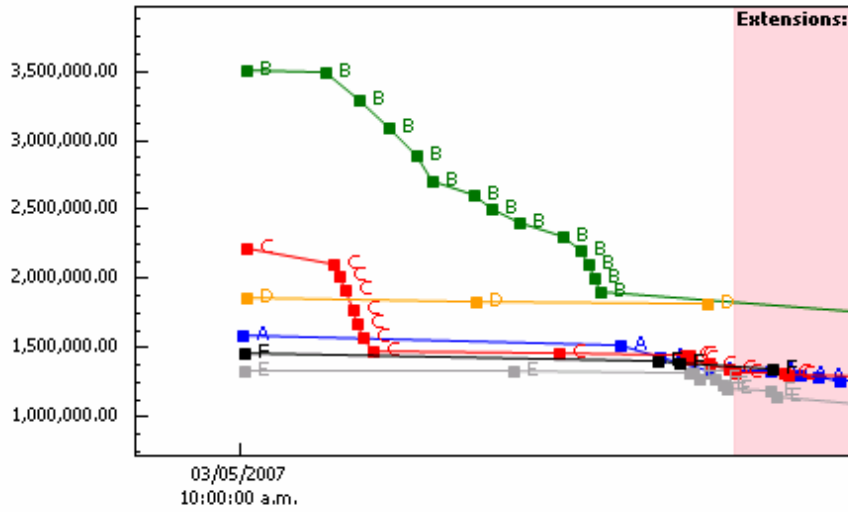
Lote 1 – Monto total de oferta inicial presentada por escrito al cliente

Lote 2 – Monto total agregado para líneas no ofertadas en cotización inicial (equivalente al valor de la oferta más baja)

Valor Agregado

- ✓ Reducción del 24.06% en precios de adquisición
- ✓ Reducción del ciclo de aprovisionamiento de compras

Grafica Material Promocional Impreso Diverso



Vivo Consulting
13 Calle 3-40 zona 10
Edificio Atlantis, Oficina 1303
Tel: 2363-2706 / 07 /11
Fax: 2363-2713 contact@vivoconsulting.com