

**5º Congreso Nacional de CCS de ANCECO
Dossier de Prensa**

Índice

5º Congreso Nacional de CCS de ANCECO

Presentación	3
Programa	4
Temas centrales	5
Congresistas	6
Premios Anceco	7

Currículums de los ponentes

Jaume Ribera	9
Magda Espuga	10
James Preston	11
Bill Armstrong	12
Benito García	13
Jan Peter Karelse	14
Alexis Mavrommatis	15
Jasminjn B. Prinssen	16
Luis Rojas Marcos	17

ANCECO y las Centrales de Compra y Servicios

10 razones por las que asociarse a una CCS	19
¿Qué es una CCS?	20
Ventajas de las CCS	20
Objetivos de Anceco	21
Las CCS en España	23
Características de las CCS	24
Constitución y trámites	25
¿Cómo trabaja una CCS?	26
Iniciativas de progreso	27

ANCECO

Asociación Nacional de Centrales de Compra y Servicios

La Asociación Nacional de Centrales de Compra y Servicios (ANCECO) es la primera iniciativa en España de aglutinar un sector, hasta hace poco desmembrado, el de las Centrales de Compra y Servicios (CCS). ANCECO se fundó el 30 de marzo de 1998 en Terrassa (Barcelona) a raíz de la celebración del Primer Congreso Nacional de Centrales de Compras y Servicios. En la actualidad existen más de 521 CCS de 30 sectores distintos, con un volumen total de ventas de más de 48.000 millones de euros, y que agrupan a más de 35.000 puntos de venta.

Con estas credenciales ANCECO organiza su 5º Congreso Nacional de Centrales de Compra y Servicios, con el ánimo de ser el punto de encuentro entre profesionales de centrales españolas de distintos ámbitos, con tal de facilitar las relaciones comerciales y de cooperación, así como exponer y concretar soluciones para problemáticas comunes.

5º CONGRESO DE CENTRALES DE COMPRA Y SERVICIOS DE ANCECO

Un año más, ANCECO organiza su Congreso con el objetivo de convertirse en el foro de debate entre los asociados y protagonistas de las CCS. En esta quinta edición, ANCECO propone una serie de exposiciones sobre temas de interés para todos aquellos profesionales de las Centrales de Compras, interesados en conocer el estado actual del sector y sus perspectivas de futuro. Distintos ponentes y especialistas darán su visión sobre las CCS y expondrán soluciones a problemáticas comunes además de hacer balance sobre las tendencias del mercado.

El programa de este año plantea aspectos técnicos (gestión de compras, verticalización de las centrales, marketing, sinergias entre centrales y sus asociados...), así como temas de carácter económico social, como la influencia del tejido empresarial en los valores culturales de la sociedad. Todo ello enmarcado en el recinto de la Casa Llotja de Mar, excelente enclave de la ciudad de Barcelona, para una cita de estas características.



Programa del Congreso

Jueves, 9 de Septiembre de 2004

- 15:30 Inauguración del Congreso con la intervención del Hble. Sr. Pere Esteve, Conseller de Comerç, Turisme i Consum de la Generalitat de Catalunya.
- 16:00 Optimización de las compras. Compras y producción en China. Perspectivas de futuro. A cargo del Sr. Jaume Ribera, profesor del IESE y Alfredo Díaz, director general de Nireo Corp. Caso práctico: Nireo Corporation.
- 17:30 Pausa café
- 18:00 La aplicación del círculo virtuoso en las CCS. ¿Cómo pasar de CC a CCS?. A cargo de la Sra. Magda Espuga. Kiss retail. Management consulting.
- 19:30 La Globalización de las CCS. A cargo del Sr. James Preston, CEO de BPGI, CCS líder mundial del sector de papelería, con sede en EEUU. Sr. Bill Armstrong Presidente de SPICERS, operador logístico internacional del sector de la papelería.
- 21:30 Cena de gala y entrega de los 1º Premios ANCECO y de los títulos de la 1ª promoción del Postgrado en Gestión Estratégica de las CCS. A cargo del Hble. Sr. Antoni Castells, Conseller de Economia i Finances y del Sr. Ignacio Cruz, Director General de Política Comercial del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo

Viernes, 10 de Septiembre de 2004

- 09:00 Presentación de la jornada a cargo del Sr. Benito García, Presidente de ANCECO.
- 09:15 La verticalización de los grupos horizontales. A cargo del Sr. J.P. Karelse. Presidente de UGAL (Asociación Europea de Centrales de Compra y Servicios)
- 10:30 Pausa café
- 11:00 Sinergias entre CCS y sus asociados: creando marca mediante nuevos conceptos de tienda. A cargo del Dr. Alexis Mavrommatis y Jasmijn B. Prinssen, Jos de Vries. The Retail Company.
- 12:30 Influencia del tejido empresarial en los valores culturales. Comercio y cultura. A cargo del Dr. Lluís Rojas Marcos.
- 14:00 Cierre del Congreso con la presencia del Ilmo. Sr. Jordi Portabella, Segundo Teniente Alcalde de Barcelona.

Temas Centrales del Congreso

- Optimización de las compras. Compras y producción en China. Perspectivas de futuro.

La deslocalización de producción es un fenómeno que arraiga cada vez más en las empresas. Potenciar nuevas plantas en Asia es un camino recto hacia la consecución de mayores volúmenes de producción a bajo coste. Jaume Ribera conducirá su ponencia hacia esta temática ilustrándola con el caso práctico sobre Nireo Corporación (CCS del sector de la ferretería con más de 5 años de experiencia en China).

- La aplicación del círculo virtuoso en las CCS ¿Cómo pasar de CC a CCS?

El concepto del círculo virtuoso aboga por la necesaria coherencia de todos los componentes que conforman un comercio o proyecto empresarial. Las CCS deben beber cada vez más de esta tendencia con tal de no quedarse rezagadas y seguir ofertando sus productos en consonancia con una imagen de marca potente y de líneas definidas.

- La Globalización de las CCS.

La Globalización es un fenómeno imparable que afecta en todos los aspectos de la sociedad actual. Las CCS no están exentas de su influencia y de todo ello hablarán James Preston y Bill Armstrong.

- La verticalización de los grupos horizontales

Se abren nuevos caminos para la dirección de las CCS. La verticalización de las centrales de compra puede ser una vía factible para la mejora de su gestión y rendimiento. JP Karelse expondrá su visión sobre el tema.

- Sinergias entre CCS y sus asociados: creando marca mediante nuevos conceptos de tienda.

El "codo con codo" es uno de los principales lemas de las CCS. Las sinergias entre las centrales de compra permiten unificar esfuerzos y llevar hacia delante nuevas ideas y conceptos en cada uno de los comercios que se amparan en una misma marca. Alexis Mavrommatis encaminará su ponencia hacia este terreno de vital interés.

- Influencia del tejido empresarial en los valores culturales. Comercio, cultura y psicología.

El Dr. Luís Rojas Marcos ofrecerá en su ponencia la visión más metafísica y ociosa sobre las CCS. Expondrá como influyen la cultura y costumbres de las personas en el tejido empresarial y viceversa.

Congresistas

Ilmo. Jordi Portabella, Segundo Teniente Alcalde de Barcelona

Hble. Sr. Pere Esteve, Conseller de Comerç, Turisme i Consum de la Generalitat de Catalunya

Hble. Sr. Antoni Castells, Conseller de Economia i Finances

Dr. Alexis Mavrommatis, Jos de Vries, The Retail Company

Dr. Luís Rojas Marcos, Profesor de Psiquiatría de la New York University.

Sr. Jaume Ribera, Profesor del Departamento de Dirección de Producción, Tecnología y Operaciones en IESE Business School

Sr. Ignacio Cruz, Director General de Política Comercial del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo

Sra. Magda Espuga, Management Consulting de Kiss Retail

Sr. James Preston, CEO de BPGI, CCS líder mundial en el sector de papelería.

Sr. Bill Armstrong, Presidente de SPICERS, operador logístico internacional del sector de la papelería.

Sr. Benito García, Presidente de ANCECO

Sr. J. P. Karelse, Presidente de UGAL, asociación europea de CCS

1º PREMIOS ANCECO

ANCECO, con la celebración de su quinto congreso crea los "Premios Anceco", galardones que se otorgan a las CCS más innovadoras de España y profesionales que han fomentado las centrales de compra. La entrega de premios se llevará a cabo la noche del día 9, en la cena de gala que se celebrará en la Llotja de Mar.

PREMIO A LAS CCS POR SU CAPACIDAD INNOVADORA

- **IFA ESPAÑOLA:** Federación madrileña que agrupa a 6 CCS del sector de la alimentación, representando una cuota de mercado superior al 25% constituida en el año 1967.
- **MASTER CADENA:** Federación madrileña que agrupa a 13 CCS del sector de electrodomésticos, con 1.200 puntos de venta asociados y 23 almacenes regionales en España.
- **JARDINARIUM:** Central de compras constituida en el 2004, que agrupa a 22 empresas asociadas pertenecientes al mundo de la jardinería y artículos relacionados con el disfrute del tiempo libre.

PREMIO A LOS PROFESIONALES QUE HAN FOMENTADO LAS CCS

- **NÚRIA BELTRÁN, JOSEP JULIÀ y JOSEP Mª FOLCH:** Miembros de la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Terrassa y promotores del 1º Congreso Nacional de CCS.
- **ALBERT CLOSAS:** Director de reportaje sobre las CCS emitido en el programa económico "Valor afegit"
- **ANTONIO ROBLES:** Presidente de COVIRAN, CCS del sector alimentación líder en Andalucía.

7

PREMIO A LAS ENTIDADES QUE HAN FOMENTADO LAS CCS

- **GREMI DE FLEQUERS DE LA PROVINCIA DE BARCELONA:** Promotor de la primera CCS del sector de panadería en España.
- **ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE COMERCIO DE CÁCERES:** Promotores de una CCS del sector de calzado en Extremadura.

RECONOCIMIENTO ESPECIAL

- **CAMBRA OFICIAL DE COMERÇ I INDÚSTRIA DE TERRASSA:** Promotora del 1º Congreso Nacional de CCS y por su apoyo a la creación de Anceco.

En la cena de gala también se hará entrega de los títulos de la 1ª promoción del Postgrado en Gestión

Currículums ponentes

JAUME RIBERA. Pofesor IESE.

Entre otros cargos es profesor del Departamento de Dirección de Producción, Tecnología y Operaciones en IESE Business School. Titular de la Cátedra Port de Barcelona de Logística en CEIBS (China-Europe Internacional Business School), en Shanghai, China. Doctor Ingeniero Industrial por la Universitat Politècnica de Catalunya. Posee un Máster en Investigación Operativa y está doctorado en Teoría Matemática de Sistemas (University of Florida). Es profesor del Institute for Media and Entertainment en New York y profesor Titular de Organización de Empresas en la Universitat Politècnica de Catalunya.

Ha publicado extensamente en diversas áreas de su interés además de participar como director y consultor en proyectos del Banco Mundial y la Unión Europea en países de Latinoamérica y el Este de Europa. Ocupa el cargo de vicepresidente del Consejo de Administración de Caixa Terrassa. Es miembro fundador y del Consejo de Dirección de la EUROMA, European Operations Management Association, y miembro del Consejo Editorial de la Harvard Business Review en China.

MAGDA ESPUGA Socia de Kiss Retail Management Consulting

Licenciada en Ciencias Empresariales y MBA por ESADE. Posee el Master of International Management, de Thunderbird (USA)

Actualmente es socia de de Kiss Retail Management Consulting.

Ha sido Directora de división de Retail Morillas Brand Design y profesora del Master de Interiorismo en IED, Istituto Europeo di Design.

Ha ejercido como Directora de Marketing y Compras de General Óptica (Cadena de 135 puntos de venta de productos ópticos y servicios). Directora de Marketing de Snacks Venture Europe (Fabricante de productos de aperitivo, Matutano). Directora de Marketing Europa del Sur y África de Pizza Hut International (cadena de restauración, tiendas propias y franquicias), y Marketing Manager de Pizza Hut Eurafme (Franquicias en Europa, África y Oriente Medio).

JAMES PRESTON – CEO de BPGI

Licenciado en Business Administration por la Universidad de Ontario en 1994.

Fue Presidente de Prestonia Office Products Limited de 1976 a 1991, por sucesión familiar. Un negocio basado en la fabricación y comercialización de productos de oficina, vendido a la compañía Atapco en 1989.

Desde 1992 hasta 1998 ocupó el cargo de Vicepresidente Ejecutivo de Atapco. Siendo el responsable del planteamiento estratégico de la empresa así como de la administración.

De 1998 a 2001 fue Jefe de Operaciones de Norwood Promotion Products en Austin (Texas), la mayor compañía de productos promocionales de decoración del mundo con ventas de 430 millones de dólares, 15 plantas y alrededor de 4.000 asociados

Desde el 2002 ocupa el cargo de Director General de BPGI, el grupo de productos de negocio internacional con sede en Washington. Un consorcio de distribuidores independientes de productos de oficina con 21 grupos que representan a 41.000 distribuidores de 13 países, con un volumen de facturación anual de 12 billones de dólares.

BILL ARMSTRONG Director General de Spicers en Europa.

Spicers es el comerciante más grande de productos de oficina de Europa. Se compone actualmente de negocios que venden al por mayor productos de oficina en el Reino Unido, Irlanda, Francia, Alemania y España y próximamente en Italia.

Bill Armstrong se unió a Spicers en 1972. Antes de ocupar la dirección general ejerció como contable, estuvo en el departamento de ventas y como gerente de operaciones. Llegó a la dirección general de la delegación británica de Spicers en el 86 y bajo su batuta el negocio creció de 75 millones de libras a 300 y tomó el 60% del mercado de venta al por mayor en la Gran Bretaña. Finalmente Bill Armstrong dio el salto a la dirección general de Spicers en Europa en el año 2000, cargo que sigue manteniendo en la actualidad.

Spicers ha ido estableciendo centros de operaciones por toda Europa en la década de los noventa, y hoy día sus ventas superan los 500 millones de dólares

SR. BENITO GARCÍA DEBORA Presidente de Anceco

Es licenciado en Ciencias Económicas y Asesor Técnico Comercial y actualmente es el Presidente de la Asociación nacional de centrales y de compra y servicios (ANCECO) y Miembro del Comité Organizador del I, II, III, IV y V Congreso Nacional de Centrales de Compra y de Servicios.

Compagina su labor al frente de Anceco con la de Presidente del Consejo de Administración de BASE - DETALL SPORT, S.A., grupo de compras (sector deportes) con una cuota de mercado estimada del 16%.

Es empresario del Sector del Deporte, propietario de una cadena de tiendas en la Provincia de Barcelona: BENITOSPORTS.

Benito García colabora habitualmente en coloquios y conferencias organizadas por las Cámaras de Comercio de España.

JAN PETER KARELSE. Presidente de UGAL

Se graduó en Economía en la Erasmus University de Rotterdam en 1976 y domina cinco idiomas.

Es Presidente de UGAL (Asociación Europea de Centrales de Compra), afincada en Bruselas. La asociación cuenta con alrededor de 400 miembros asociados y 300.000 negocios de marcas como Intersport, Kesko o Edeka entre otras.

Ocupa desde 1993 la dirección de CEO INTRES B.V. organización de centrales de compra que agrupa a 2.400 negocios minoristas independientes con alrededor de 400 empleados

DR. ALEXIS MAVROMMATIS. Profesor en Esade y consultor responsable de Jos de Vries The Retail Company



Licenciado en Ciencias Empresariales por el American College of Athens de Grecia y Máster en Retail Management por la Universidad de Stirling (Reino Unido). Posee un doctorado por la misma universidad con la especialidad en Posicionamiento e Imagen de las empresas distribuidoras a nivel internacional. Trabajó para el grupo Promodés-Grecia durante 5 años para luego entrar como consultor responsable para Jos de Vries The Retail Company, consultoría dedicada en la gestión y desarrollo de nuevos conceptos para empresas distribuidoras. También es profesor colaborador del departamento de Dirección de Marketing en ESADE y director del profesional Máster en marketing de ESADE en Barcelona.

JASMINJ B. PRINSSEN. Directora financiera de Jos de Vries

Licenciada en Arquitectura por la Universidad Tecnológica de Delft, en los Países Bajos. Trabajó tres años para el desarrollo del almacén de Albert Heijn. Desde 1998 hasta la actualidad, compagina su labor como arquitecta con el de Directora Financiera de Jos de Vries The Retail Company, además de diseñar, supervisar y consultar la realización de los conceptos de almacenaje en Europa

Dr LUIS ROJAS MARCOS Psiquiatra y profesor de la New York University

Es sevillano aunque lleva viviendo desde 1969 en Nueva York. Realizó sus estudios de medicina en su ciudad natal y fue en la Gran Manzana donde se especializó en psiquiatría y se doctoró en Ciencias Médicas. En 1992 entró a ocupar el cargo de jefe de los servicios de salud mental, alcoholismo y drogas del municipio de Nueva York. Desde 1995 hasta febrero de 2002 dirigió el Sistema de Sanidad y Hospitales Públicos de esta ciudad.

Actualmente, Luís Rojas Marcos es profesor de Psiquiatría de la New York University y miembro de la Academia de Medicina de Nueva York. En nuestro país es Patrono de la Fundación La Caixa y asesor de distintas instituciones preocupadas por temas sociales y de salud pública. Rojas Marcos ha editado multitud de libros dentro del campo de la psicología y la psiquiatría que le han encumbrado como uno de los mayores especialistas de la materia a nivel mundial.

ANCECO y las Centrales de Compra y Servicios

10 Razones por las que asociarse a una CCS

1. Un comercio asociado tiene cinco veces más posibilidades de sobrevivir que un comerciante independiente.
2. Asociarse a una CCS permite afrontar el totalitarismo comercial impuesto por las grandes superficies.
3. Comprar a través de una central reporta unos descuentos de entre el 15% y 20%, y bonificaciones adicionales según los volúmenes de adquisición.
4. Adoptar una marca de canal implica poseer una imagen poderosa de cara al cliente y una capacidad de promoción en los medios de comunicación masivos.
5. El coste de marketing y publicidad se afronta conjuntamente entre todos los miembros de la CCS. De forma individual, serían inasumibles.
6. El intercambio de información y experiencias entre los socios de una CCS permite al negocio adelantarse a las tendencias del mercado. Hacer "benchmarking" entre los miembros de la CCS.
7. La importación y fabricación de productos con marca propia es todavía un embrión en vías de desarrollo. Esto implica un enorme potencial futuro para las Centrales de Compra y Servicios.
8. Una CCS es una organización de estructura horizontal, lo que implica que todos los socios participan en la toma de decisiones. Son a la vez clientes y socios de la CCS.
9. Las CCS fomentan la colaboración y el apoyo entre empresas de su sector evitando así la rivalidad tan en boga en las grandes cadenas de distribución.
10. La estabilidad y prospección de futuro es la mayor baza para cualquier negocio. El asociarse a una CCS supone la vía más eficaz para alcanzar estos objetivos.

¿Qué es una central de Compras y Servicios (CCS)?

Operador que, disponiendo de recursos económicos y personalidad jurídica propios, tiene por objetivo desarrollar actividades y prestar servicios a las empresas independientes que, con espíritu de cooperación, se han asociado a su organización mediante unos documentos internos, para mejorar su posición competitiva en el mercado.

No se consideran CCS:

1. Asociaciones de comerciantes
2. Cooperativas de consumidores
3. Cadenas sucursalistas
4. Cadenas franquiciadas
5. Gremios y asociaciones empresariales

VENTAJAS DE PERTENECER A UNA CCS:

- **Mejores precios:** La compra a través de una central reporta unos descuentos de entre el 15-20% de media, una cifra inalcanzable para la empresa que compra individualmente. También hay descuentos adicionales si las compras de la empresa llegan a un cierto volumen. En el caso de que la central obtenga beneficios, éstos se reparten a final de año de forma proporcional a las compras realizadas a través de ella.
- **Marketing y publicidad conjunta:** El coste de la publicidad se reparte entre todos los miembros. En caso de que la empresa adopte la marca de la central, ésta asume inversiones publicitarias en los medios de comunicación como una campaña en televisión o promoción en la prensa.
- **Intranet:** Otorga al socio la potestad de acceder a servicios como el catálogo electrónico, y conocer toda la actualidad de su sector en lo referente a noticias, normativas...
- **Acceso a las últimas tecnologías:** La central ofrece a los socios programas de software para su negocio, así como un servicio de asesoría laboral, contable o de formación.
- **Sinergias entre los socios:** El flujo de información e intercambio de experiencias entre los socios, son valores añadidos que actúan por sí solos. La interlocución entre los asociados de una CCS resulta vital y determinante para adelantarse a las tendencias del mercado.
- **Gestión logística:** La existencia de un centro logístico de la central permite liberar un activo como el almacén, y supone un ahorro en dinero y plazos.

Objetivos de Anceco

1. NORMALIZAR EL SECTOR: Establecer las bases para el desarrollo óptimo de este sector.

La magnitud económica y repercusión que tienen las CCS en el panorama económico, alrededor del 15% del PIB español, planteaban la necesidad inminente de regular este sector con un potencial de crecimiento en España. Con el fin de normalizar el sector, ANCECO redactó el Primer Libro Verde de CCS, donde se determina la definición de CCS y sus diferencias con otros sistemas de distribución de negocios. Con este documento, ANCECO pretende establecer una definición de consenso que permita dar seguridad a las organizaciones ya constituidas, a la vez que incentivar la creación de nuevas iniciativas. También permitirá presentar el sector como un conjunto ante instituciones públicas y privadas con el objetivo de formalizar acuerdos concretos con el sector.

2. INFORMAR Y PROMOVER: Con el fin de dar a conocer las características y ofertas que ofrece una CCS, ANCECO organiza sesiones informativas sobre las Centrales de Compra y Servicios en asociaciones de comerciantes, patronales y Cámaras de Comercio. Esta labor ha sido reforzada con la elaboración de la Guía de CCS, dirigida a todo empresario independiente, gremio o colectivo de empresarios que deseen crear una estructura de distribución de estas características o entrar a formar parte de una ya existente.

En esta línea ANCECO presentó en noviembre del 2002 el primer libro editado en España sobre las Centrales de Compra y Servicios: "Conozca las Centrales de Compra y Servicios"

3. OFRECER SERVICIOS: ANCECO ha sido creada con el fin de conseguir una serie de ventajas y beneficios para todos sus asociados, formando a su vez una entidad que sepa distinguir las necesidades propias que les son características e inherentes.

Intercambios de experiencias: Un elemento fundamental y de gran utilidad es el intercambio de información entre los socios de una misma CCS. A partir de estas sinergias las Centrales de Compra y Servicios son capaces de prever las tendencias del mercado. Los intercambios de experiencias se llevan a cabo a través de:

- Club del gerente de CCS
- Sesiones de intercambio
- Sesiones regionales
- Sesiones sectoriales
- Cooperación europea (UGAL)

1. Servicios técnicos:

Los asociados a una CCS gozan de una serie de servicios técnicos de diversa índole tales

- Asesoramiento técnico y formación a las CCS en colaboración con profesionales especializados.
- Asesoramiento financiero (ADITIO CONSULTORES)
- Asesoramiento jurídico (URIA & MENENDEZ)
- Evaluación calidad – cliente misterioso (SGS-LODGE SERVICE)
- Información sectorial (BOLETÍN ANCECO + Resumen de noticias)
- Manual de calidad para CCS y para puntos de venta
- Seguro de Caución y Seguros Generales (UNIBROK)

2. Beneficios colectivos:

- Asesoramiento financiero gratuito en colaboración con AUSBANC
- Descuentos de hasta el 50% en software de MICROSOFT
- Descuentos en las facturas de consumo eléctrico con FACTOR ENERGÍA
- Descuentos en alquiler de vehículos con EUROPCAR

4. Punto de encuentro: ANCECO ofrece un lugar de reflexión e intercambio de experiencias entre los responsables de CCS nacionales e internacionales. Periódicamente ANCECO organiza Jornadas de Trabajo y anualmente celebra su Congreso con el objetivo de exponer y plantear soluciones de problemáticas comunes entre todas las Centrales españolas. Además, estos encuentros facilitan las relaciones comerciales y de cooperación entre CCS de distintos sectores de negocio.

Las CCS en España

Las Centrales de Compra y Servicios son organizaciones de negocio que van al alza dentro del panorama empresarial español.

Los recientes estudios de ANCECO

- DISTRIBUCIÓN SECTORIAL
- DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA
- CARÁCTERÍSTICAS BÁSICAS: Nº trabajadores, asociados, establecimientos y datos económicos.

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

Cataluña sigue siendo el enclave más prolífico en cuanto a número de centrales (24,07%), seguida de Madrid (20,09%), Andalucía (11,68%) y el País Vasco (10,28%). A partir de esta información y refiriéndonos a las 7 primeras comunidades, podemos establecer tres ejes que concentran al mayor número de centrales a nivel nacional.

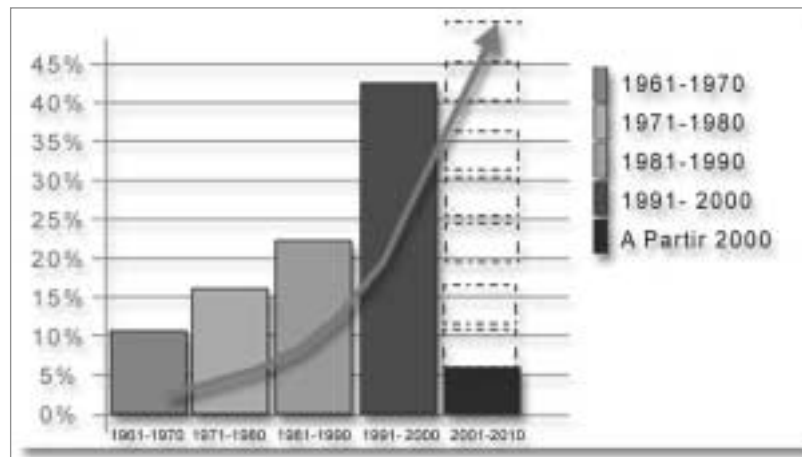
- **Eje Mediterráneo (Cataluña-Valencia-Andalucía)** Representa el 44,39% de las CCS
- **Eje Interior (Madrid-Castilla León):** Representa el 25% de las CCS
- **Eje Cantábrico (País Vasco-Galicia)** Representa el 15,19% de las CCS



Características de las Centrales

Año de Constitución:

-Las primeras CCS surgieron en la década de los 60. El 30,56% de las centrales españolas fueron constituidas antes de la década de los 80. Fue a partir de este momento cuando las CCS experimentaron un meteórico crecimiento experimentando su punto más alto en el período 1991-2000. El 69,44% de las de las centrales se han formado con posterioridad a 1980.



Constitución de una CSS

Las empresas que persigan el objetivo de adherirse a una CCS pueden hacerlo buscando la que más le favorezca o creando la suya propia.

El primer paso que ha de hacer una empresa es evaluar que central es la que mejor se adapta a su perfil. ANCECO dispone de información sobre todas las CCS españolas y un listado de páginas webs y sitios de interés. Otras vías factibles para recabar información sobre las CCS es consultar a los proveedores o entablar comunicación con las cámaras de comercio.

Trámites de adhesión a una CCS

- **Solicitud de información:** Si una empresa está interesada en integrarse en una central de compras deberá presentar una serie de datos para constatar que cumple el perfil que exige el documento interno: facturación anual, volumen de compras, forma de pago, relación de los proveedores de más de 3.000 euros, ubicación y tamaño del establecimiento...
- **Aceptación del reglamento:** Cuando la empresa es aceptada como socio, la firma del acuerdo de adhesión implica asumir el cumplimiento de este documento.
- **Estipendio de cuotas:** Frecuentemente se exige una cuota de entrada y unas cuotas periódicas para socios y asociados. El mínimo mensual ronda los 100 euros, aunque pueden oscilar desde los 60 a los 600 euros. Todo dependerá del grado de madurez de la CCS y de los servicios que ofrezca.

¿Cómo trabaja una central?

Los factores básicos que rigen el funcionamiento de una CCS son los siguientes:

- **Forma jurídica:** A partir de los intereses de los socios las centrales podrán constituirse como agrupaciones de interés económico, cooperativas, como SL o SA. La vía más común actualmente es adoptar la forma de SL ya que se define muy bien todas las funciones y responsabilidades, así como el reglamento de la junta, las obligaciones del director general y de los socios...
- **Socios o asociados:** Los socios son los accionistas de la CCS, los que invierten su capital en el proyecto. Los asociados son aquellos que se adhieren a la CCS para hacer uso de sus ventajas a cambio de una cuota. En ocasiones, los socios actúan como intermediarios mayoristas para los asociados de su ámbito de actuación.
- **Formas de pago:** Muchas organizaciones centralizan los pagos al proveedor: La factura del pedido se remite a la central, que se encarga de cobrar al cliente. Si se centraliza la facturación, la central garantiza el pago al proveedor, asumiendo posibles impagos por parte de un miembro. Este servicio permite obtener aún mejores condiciones de los proveedores.
- **Fase de despegue:** La fase de constitución y puesta en marcha de una CCS es compleja, pues hay que conseguir coordinar empresas con formas de trabajar diferentes. El objetivo es captar poco a poco la mayor cuota de mercado posible. Contar con empresas de dimensión parecida reduce el conflicto de intereses entre grandes y pequeñas, y facilita la coordinación del grupo.
- **Diferencias según sectores:** Los servicios al asociado varían en función del negocio. En sectores como construcción o electrodomésticos es importante que la central disponga de un buen almacén. En el negocio de farmacia, con repartos diarios, podrán agilizar toda la logística si los establecimientos están conectados electrónicamente. Un grupo juguetero puede tener un comprador en países donde más se fabrica, como China. Cada uno debe buscar su economía de escala.

Ínicativas de progreso

ANCECO vuelca toda su capacidad de trabajo y expectativas en nuevos proyectos que otorguen más solera al funcionamiento y desarrollo de las CCS. Para ello ha diseñado un postgrado junto con la Universidad Politécnica de Cataluña con el fin de formar perfiles profesionales en Dirección Estratégica de Centrales de Compra.

Curso de Postgrado en Dirección Estratégica de Centrales de Compra y Servicios

La óptima integración de las CCS en el mundo empresarial, ha propiciado que nazcan iniciativas de formación académica como el Postgrado en Dirección de CCS promovido por la Dirección general de Comercio del Departamento de Industria, Comercio y Turismo de la Generalitat de Catalunya, Escodi (Escuela superior de Comercio y Distribución) y ANCECO, junto con la Unidad de Formación de Formadores de la Universidad Politécnica de Cataluña (UNIFF-UPC).

El objetivo de este postgrado es proporcionar conocimientos, habilidades y técnicas específicas para formar profesionales con capacidad estratégica y de innovación que les permita adaptar mejor sus empresas a los nuevos escenarios de futuro y preparar técnicos que asuman la gestión de una Central de Compra y Servicios.

Destinado a gerentes y mandos intermediarios en activo en el ámbito de las Centrales de Compra y Servicios, de las distintas áreas de gestión de la empresa, que deseen mejorar sus conocimientos y ampliarlos a otras áreas de gestión.