



Curso Online de **La Gestión de Compras en Contextos Adversos y Cambiantes**

Nuevos estilos e iniciativas de gestión de compras para hacer frente a la adversidad.



[e]
Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



MANAGER
BUSINESS
SCHOOL

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.com
www.iniciativasempresariales.com

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA

La Gestión de Compras en Contextos Adversos y Cambiantes

Presentación

Este curso le permitirá comprender y dominar la función de compras en la actualidad, marcada por la complejidad y vertiginosidad que imponen la globalización, las innovaciones tecnológicas y las regulaciones económicas, entre otros factores.

Utilizar las herramientas propuestas le permitirá:

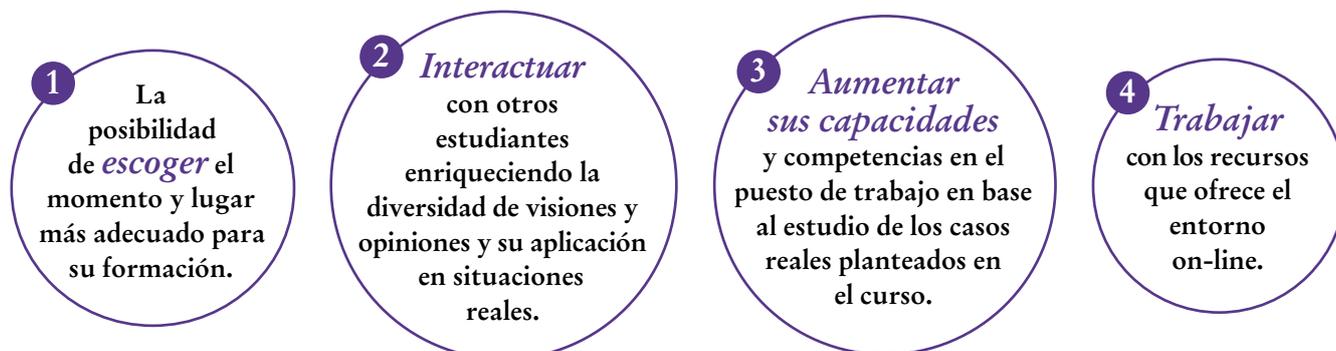
- Obtener mejores resultados con menores costos y en menos tiempo.
- Ampliar la mirada respecto a la complejidad de las compras.
- Anticipar y corregir situaciones perjudiciales.
- Desarrollar y administrar métricas que permitan anticipar decisiones.
- Generar relaciones duraderas y basadas en la confianza con sus proveedores y clientes internos.
- Convertir al área de compras en un proveedor de información relevante para la organización.

Podrá incorporar prácticas probadamente efectivas en contextos que poseen uno o varios de los siguientes factores: inflación, devaluación monetaria, regulación del mercado cambiario, regulación de las políticas de comercio exterior y fuertes presiones sindicales, entre otros.

La Formación E-learning

Con más de 30 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:



La Gestión de Compras en Contextos Adversos y Cambiantes

Objetivos del curso:

- Conocer los principales desafíos de la función de compras en la empresa actual.
- Cómo dimensionar y gestionar el entorno y sus impactos.
- Qué entendemos por adversidad. A qué nos referimos cuando hablamos de adversidad en el contexto.
- Aspectos intra-organizacionales a tener en cuenta para hacer más efectiva la función de compras.
- Proporcionar una metodología de trabajo orientada a brindar capacidad de acción al comprador ante imprevistos.
- Desarrollar herramientas efectivas para potenciar la función de compras de una organización.
- Identificar los estándares que nos permitirán medir y mejorar la eficiencia de la función de compras.
- Cómo optimizar tiempo y costos en la función de compras.
- Conocer las herramientas que nos permitirán anticipar situaciones adversas.
- De qué manera debería operar la función de compras frente a los entornos adversos o cambiantes.

“ Conozca cómo dimensionar y gestionar sus compras en entornos adversos ”

Dirigido a:

Directores de Compras, Aprovisionamientos, Operaciones, Logística y, en general, a todos aquellos profesionales y directivos que estén interesados en obtener una visión moderna de la gestión de compras en contextos adversos y cambiantes.

La Gestión de Compras en Contextos Adversos y Cambiantes

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 50 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

Manual de Estudio

10 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Bibliografía y enlaces de lectura recomendados para completar la formación.

Metodología 100% E-learning



Aula Virtual *

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Contenido del Curso

MÓDULO 1. La función de compras en la actualidad

5 horas

1.1. Definición de compra:

1.1.1. Algunas consideraciones adicionales.

1.2. Clasificación de compras.

1.3. La función de compras en la actualidad.

1.4. El enfoque sistémico:

1.4.1. Definición de sistema.

1.4.2. Principales características de un sistema.

1.4.3. Aplicando el enfoque sistémico.

1.4.4. El enfoque sistémico y “el problema del cambio”:

1.4.4.1. La parábola de la rana hervida.

1.4.5. Los sistemas y la información.

1.4.6. Objetivos de la función de compras:

1.4.6.1. Asegurar el suministro.

1.4.6.2. Reducir costos.

1.4.6.3. Buscar fuentes de suministros alternativas.

1.4.6.4. Optimizar las relaciones con los proveedores.

1.4.6.5. Integrar el departamento de compras con la organización.

1.4.6.6. Asegurar la satisfacción hasta la entrega.

1.4.7. La medición de objetivos de la función de compras.

MÓDULO 2. La adversidad en el contexto

5 horas

La Real Academia Española define contexto como “*entorno físico o de situación, político, histórico, cultural o de cualquier otra índole, en el que se considera un hecho*”; y adversidad como “*infortunio o situación desgraciada en que se encuentra alguien*”.

Este módulo analiza las circunstancias que consideramos más típicamente adversas.

2.1. Primeros conceptos: contexto y adversidad.

2.2. Circunstancias adversas en la empresa actual:

2.2.1. Introducción.

2.2.2. Las regulaciones impositivas.

2.2.3. Las regulaciones al comercio internacional.

2.2.4. Las agrupaciones económicas.

La Gestión de Compras en Contextos Adversos y Cambiantes

- 2.2.5. La incidencia laboral-sindical.
- 2.2.6. La convivencia de generaciones laborales.
- 2.2.7. Distintas culturas interactuando.
- 2.2.8. Los cambios tecnológicos.
- 2.3. La compra interpretada como un proceso que se extiende en el tiempo.
- 2.4. El signo de la adversidad.
- 2.5. La flexibilidad como valor agregado en la función de compras.

MÓDULO 3. Mirando hacia adentro para mirar hacia afuera

5 horas

Conocer la visión, misión, valores y objetivos de la empresa nos permite orientar los esfuerzos de compra hacia el norte que la organización nos indica.

- 3.1. Mirar adentro para mirar hacia afuera:
 - 3.1.1. Visión.
 - 3.1.2. Misión.
 - 3.1.3. Valores.
 - 3.1.4. Adhesión a la visión, misión y valores.
 - 3.1.5. Objetivos:
 - 3.1.5.1. Formulación de objetivos – Metodología SMART.
- 3.2. Importancia de conocer visión, misión, valores y objetivos.
- 3.3. Visión, misión y valores de compras.

MÓDULO 4. Las distintas realidades de la función de compras

5 horas

- 4.1. Introducción.
- 4.2. La realidad humana:
 - 4.2.1. Una forma de interpretar la realidad humana.
 - 4.2.2. Los actos del habla:
 - 4.2.2.1. Afirmaciones.
 - 4.2.2.2. Declaraciones.

La Gestión de Compras en Contextos Adversos y Cambiantes

- 4.2.2.3. Juicios u opiniones.
- 4.2.2.4. Promesas o compromisos.
- 4.2.2.5. Consideraciones finales sobre actos del habla.

4.3. La realidad económica.

4.4. La realidad técnica.

4.5. La realidad normativa:

- 4.5.1. La matriz normativa.

MÓDULO 5. Estandarización de procesos

5 horas

De manera genérica, la estandarización se aplica a la generación de bienes y servicios, siendo la función de compras en una organización asimilable a un servicio que puede estar sujeto a estandarización.

El objetivo de la estandarización es lograr un comportamiento estable que genere productos y servicios de calidad homogénea y con bajo costo, haciendo elegible ese producto por encima del resto.

5.1. La estandarización:

- 5.1.1. Lineamientos deseables para la estandarización.
- 5.1.2. Aspectos clave en la estandarización efectiva.
- 5.1.3. Beneficios de la estandarización.
- 5.1.4. La estandarización y los acuerdos.
- 5.1.5. Estandarización de actividades.
- 5.1.6. Instrumentos para la estandarización:
 - 5.1.6.1. Hojas de verificación o check list.
 - 5.1.6.2. Procedimientos operacionales.

5.2. Dificultades de la estandarización:

- 5.2.1. El estándar deficiente.
- 5.2.2. Falta de capacitación en el estándar.
- 5.2.3. Falta de seguimiento para verificar la aplicación.
- 5.2.4. Negligencia de los empleados.

5.3. La estandarización en la función de compras.

MÓDULO 6. Acuerdo de nivel de servicio

5 horas

El ANS es una herramienta que permite que las partes intervinientes en un proceso de servicios lleguen a un consenso en términos de definir el nivel de servicios requerido, y de esta manera medir la gestión y establecer un parámetro de satisfacción para el cliente.

6.1. Definición de Acuerdo de Nivel de Servicios (ANS).

6.2. Características del ANS.

6.3. Beneficios del ANS.

6.4. Fases del proceso:

6.4.1. Fase de obtención de información:

6.4.1.1. Quiénes participarán.

6.4.1.2. A través de qué metodología.

6.4.2. Análisis del Nivel de Servicio:

6.4.2.1. Definición de elementos a analizar.

6.4.2.2. Nivel de prioridad.

6.4.2.3. Calificación de calidad.

6.4.2.4. Matriz de decisión.

6.4.3. Acuerdo sobre Nivel de Servicio.

6.5. Resultados del proceso de negociación del ANS.

6.6. Una mirada crítica:

6.6.1. Los contextos adversos.

MÓDULO 7. Objetivación de la función de compras

5 horas

7.1. Los actos del habla como base de la objetivación:

7.1.1. Actos del habla:

7.1.1.1. Afirmaciones.

7.1.1.2. Declaraciones.

7.1.1.3. Opiniones: un tipo especial de declaraciones.

7.1.1.4. Cuadro comparativo – afirmaciones y juicios.

7.1.1.5. Promesas (ofertas y pedidos).

7.1.2. Las obviedades:

7.1.2.1. Obviedades: el caso de las naranjas.

7.2. La objetivación.

7.3. La objetivación en la función de compras.

7.4. Herramientas:

7.4.1. La escucha:

7.4.1.1. El aporte de la escucha como herramienta de objetivación.

7.4.2. Preguntas generativas.

7.4.3. La objetivación en la función de compras, ejemplos.

7.4.4. La objetivación en las distintas realidades de la función de compras:

7.4.4.1. Objetivación para la realidad humana.

7.4.4.2. Objetivación para la realidad económica.

7.4.4.3. Objetivación para la realidad técnica.

7.4.4.4. Objetivación para la realidad normativa.

MÓDULO 8. Estructura de costos y correlación con indicadores

5 horas

Conocer la estructura de costos es fundamental en la actualidad para la persona que gestiona las compras en la empresa, permite indagar con mayor profundidad en las necesidades y en el análisis de las ofertas de nuestros proveedores.

8.1. Concepto de costo (o coste):

8.1.1. Costos y adversidad del entorno.

8.1.2. Clasificación de costos:

8.1.2.1. Punto de equilibrio.

8.1.2.2. Ejemplo y representación gráfica del punto de equilibrio.

8.2. Estructura de costos:

8.2.1. La utilidad de establecer la estructura de costos.

8.3. Indicadores:

8.3.1. Tipos de índices.

8.3.2. Los índices y la confianza.

8.3.3. Ejemplos de índices y su origen.

8.3.4. Vinculando la estructura de costos con índices:

8.3.4.1. Correlación entre el índice y el costo que representa.

8.3.4.2. Acceso a la información.

8.4. Fundamentos teóricos.

8.5. Aplicación a la gestión de compras:

8.5.1. Respecto de procesos ya indicados.

8.5.2. Seguimiento de la gestión de compras con índices:

8.5.2.1. La búsqueda de los valores de los índices.

8.5.2.2. Las ecuaciones objetivas.

8.5.2.3. Los gatillos.

8.5.2.4. Las modernas herramientas de cálculo.

MÓDULO 9. Tableros de información

5 horas

9.1. Dato e información:

9.1.1. Características de la información.

9.2. La información en el área de compras:

9.2.1. Indicadores para la estandarización de procesos:

9.2.1.1. Alcance del proceso de estandarización.

9.2.1.2. Efectividad del proceso de estandarización.

9.2.2. Indicadores provenientes de procesos clave de compras:

9.2.2.1. Calidad de la recepción de necesidades.

9.2.2.2. Cumplimiento de entregas o prestación de servicio.

9.2.2.3. Calificación de proveedores.

9.2.2.4. Ajuste de tarifas.

9.2.3. Indicadores para ANS:

9.2.3.1. Alcance de la ANS.

9.2.3.2. Cumplimiento de ANS.

9.2.4. Indicadores para estructura de costos e índices asociados:

9.2.4.1. Alcance de la metodología: estructura de costos e índices.

9.2.4.2. Ranking de índices más utilizados.

9.2.4.3. Ranking de sensibilidad ante cambio de valor de los índices.

9.3. El área de compras como fuente de información financiera relevante.

MÓDULO 10. Integración de contenidos

5 horas

10.1. Las respuestas ante el problema de la adversidad.

10.2. Respuestas ante la adversidad en la práctica:

10.2.1. Caso: los tornillos – planteamiento.

10.2.2. Caso: los tornillos – identificación de conceptos.

10.2.3. Caso: los tornillos – replanteamiento.

10.2.4. Caso replanteado: los tornillos – identificación de conceptos.

La Gestión de Compras en Contextos Adversos y Cambiantes

Autor



Juan Pablo Vespa

Coach Ontológico. Conferenciante y formador habitual sobre liderazgo, cuenta con una amplia experiencia como analista de Abastecimientos y Servicios en empresas del sector de la industria de la energía.

Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

