



Curso Online de Creación y Organización de un Departamento de Compras

Estrategias para la creación y optimización de los departamentos de compras.



[e]
Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



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

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA

Creación y Organización de un Departamento de Compras

Presentación

Las compras son una función inherente a toda la empresa. El modo que cada una de ellas las realiza varía según su historia y la forma que han encontrado para llevarlas adelante.

Este curso propone, con un lenguaje sencillo, un modelo estandarizado aplicable a cualquier compañía que se encuentra en la búsqueda de optimizar este proceso. Utilizaremos conceptos de Lean Manufacturing, herramientas de administración de empresas, pero ante todo apelaremos al sentido común, que permite bajar la teoría y hacerla fácilmente aplicable a la realidad, sin entrar en complejas herramientas que pueden entorpecer el camino hacia el objetivo que se intenta lograr y que no es otro que crear y organizar un departamento de compras.

La Formación E-learning

Los cursos online se han consolidado como un método educativo de éxito en la empresa ya que aportan flexibilidad al proceso de aprendizaje, permitiendo al alumno escoger los momentos más adecuados para su formación. Con más de 35 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:

1 La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.

2 *Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3 *Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.

4 *Trabajar* con los recursos que ofrece el entorno on-line.

Creación y Organización de un Departamento de Compras

Objetivos del curso:

- Pasos para crear un departamento de compras desde cero. Quién debe liderar su creación y organización.
- Identificar conceptos básicos de la administración de empresas necesarios para poder crear y organizar un departamento de compras.
- Diagnosticar el estado actual de la función de compras.
- Conocer el proceso de compras desde que se genera la necesidad hasta que se paga al proveedor.
- Saber cómo categorizar proveedores.
- Conocer las herramientas básicas de las que disponemos para negociar con proveedores.
- Conocer los principales indicadores de compras, cómo seleccionarlos y crearlos para armar un tablero de comando.
- Conocer diferentes situaciones e imprevistos que se pueden generar en compras y cómo enfrentarlas utilizando el sentido común y la teoría.

“ Para saber cómo crear u optimizar un departamento de compras, así como conocer las estrategias a las que su empresa puede recurrir”

Dirigido a:

Directores y Responsables de Compras, Financieros, de Operaciones, así como a todas aquellas personas de la empresa involucradas en su política de compras que quieran profundizar en el conocimiento de una metodología de análisis para la creación u optimización de un departamento de compras.

Creación y Organización de un Departamento de Compras

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 30 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

5 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. Introducción y conceptos básicos de la administración de empresas

6 horas

En la actualidad, la competitividad del mercado obliga a las empresas a trabajar con procesos eficientes para poder desarrollarse y mantenerse en el tiempo. Deben ser capaces de cumplir con sus objetivos utilizando la menor cantidad de recursos posibles (dinero, máquinas, transporte, insumos y tiempo), analizar cada uno de sus procesos y trabajar en su mejora continua.

1.1. Introducción.

1.2. ¿Qué son las compras en las empresas?

1.2.1. El negocio no son las compras.

1.3. La creación de un departamento de compras:

1.3.1. De la rueda operativa al organigrama.

1.3.2. ¿Quién debe liderar la creación y organización del departamento de compras?

1.3.3. ¿Qué es un líder?

1.3.4. ¿Qué tipo de liderazgo sería el mejor para liderar la creación del departamento de compras?

1.3.5. Autoridad y responsabilidad.

1.3.6. Mapa de adaptación de las personas ante los cambios.

1.3.7. Capacitación y dominio de las terminologías de compras: el lenguaje de compras.

1.4. La estrategia empresarial:

1.4.1. Visión.

1.4.2. Misión.

1.4.3. Objetivos estratégicos.

1.4.4. Planificación estratégica.

1.4.5. La política de compras.

1.5. Conceptos fundamentales de gestión:

1.5.1. Tres indicadores básicos de gestión: eficacia, eficiencia y efectividad.

1.5.2. La rueda de Deming.

1.5.3. La administración de empresa.

MÓDULO 2. El departamento de compras

6 horas

2.1. Diagnóstico del departamento de compras:

2.1.1. Observación y encuesta:

2.1.1.1. Preguntas de diagnóstico para conocer el estado actual del departamento (o proceso) de compras.

2.1.1.2. Preguntas de diagnóstico para conocer la empresa.

2.1.2. Relación del departamento de compras con las demás áreas de la empresa.

2.1.3. ¿Cuándo se tiene un departamento de compras maduro?

2.2. Personal del departamento de compras:

2.2.1. Gerente de compras.

2.2.2. Comprador.

2.2.3. Activador de compras.

2.2.4. Administrativo de compras.

2.3. Perfil del comprador:

2.3.1. Las habilidades blandas deseables en un comprador (soft skills).

2.3.2. Las habilidades duras deseables en un comprador (hard skills).

2.3.3. ¿Cómo se aprende a comprar?

2.4. Home Office. ¿Se puede tener un departamento de compras 100% remoto?

2.5. Tercerización de las compras. Outsourcing.

MÓDULO 3. Los proveedores

6 horas

3.1. Relación con los proveedores:

3.1.1. ¿Qué es un proveedor?

3.1.2. Alianzas estratégicas.

3.1.3. La matriz de Kraljic:

3.1.3.1. Diferentes estrategias para cada tipo de producto.

3.2. La gestión de proveedores:

3.2.1. Cómo conseguir proveedores.

3.2.2. Clasificación de proveedores ABC. Pareto.

3.2.3. Desarrollo de proveedores.

3.3. Negociación con proveedores. Herramientas de rápida aplicación:

3.3.1. Consideraciones previas a tener en cuenta antes de negociar.

3.3.2. Un secreto bien guardado.

3.3.3. Pausas en la negociación.

3.3.4. Condiciones finales para el éxito.

3.3.5. La importancia de las reuniones cara a cara con el proveedor.

3.3.6. No delegar nada a la buena voluntad del proveedor.

MÓDULO 4. El proceso de compras

6 horas

Cada empresa suele tener su forma de llevar adelante el proceso de compras según su historia y posibilidades, sin embargo, se recomienda una forma estandarizada basada en 5 pasos que no se deben alterar y que, una vez implementados, formarán la columna vertebral del departamento de compras.

4.1. Proceso básico de compras:

4.1.1. Los cinco pasos del proceso de compras:

- 4.1.1.1. Recibir el requerimiento por parte de los clientes internos de la empresa. Solicitud de pedido (solped).
 - 4.1.1.2. Solicitar cotizaciones.
 - 4.1.1.3. Confirmar compra al proveedor. Orden de compra (OC).
 - 4.1.1.4. Recibir compra.
 - 4.1.1.5. Pagar la compra y archivar legajo.
- #### 4.1.2. Urgencias y problemas de compra.
- #### 4.1.3. Imprevistos que intervienen en el proceso de compras.

4.2. Cómo planificar y organizar las compras:

- #### 4.2.1. El hombre invisible.

4.3. Importancia de los registros en compras:

- 4.3.1. Sistema de gestión informático. Definición y utilidad.
- 4.3.2. ¿Qué hacemos si no tenemos un software de gestión?

4.4. Ahorro en compras:

- 4.4.1. Compras e inflación.
- 4.4.2. Acopio en compras.
- 4.4.3. Órdenes de compra abiertas.
- 4.4.4. Contrato marco.
- 4.4.5. ¿Qué aspectos evaluar al comprar?
- 4.4.6. ¿Ahorro en la compra de hojas de papel?

4.5. Filosofía de trabajo JIT en el proceso de compras.

MÓDULO 5. Indicadores de gestión de compras

6 horas

5.1. Qué son los indicadores de gestión.

5.2. Indicadores de compras:

- 5.2.1. Importe total de compras mensual.
- 5.2.2. Urgencias sobre total de pedidos.
- 5.2.3. Principales indicadores de ahorro en compras:
 - 5.2.3.1. Ahorro total de compras.

Creación y Organización de un Departamento de Compras

- 5.2.3.2. Costo total de adquisición.
- 5.2.3.3. Costo por unidad.
- 5.2.3.4. Porcentaje de descuento negociado.
- 5.2.3.5. Ahorro en relación al presupuesto.
- 5.2.3.6. Ahorro en relación a los ingresos.
- 5.2.4. Rotación de inventario.
- 5.2.5. Cantidad mensual de órdenes de compra.
- 5.2.6. Tiempo de duración del ciclo de compras.
- 5.2.7. Demora promedio de entrega de proveedores del mes.
- 5.2.8. Solped no tratadas con más de 7 días desde su envío.
- 5.2.9. OTIF – On Time in Full.
- 5.2.10. ROI (retorno sobre la inversión).
- 5.3. ¿Cómo comenzar a trabajar con indicadores?**
- 5.4. Tablero de comando.**
- 5.5. Comentarios finales sobre indicadores.**
- 5.6. Check list para la creación del departamento de compras.**
- 5.7. Cierre.**
- 5.8. Palabras del ponente.**

Creación y Organización de un Departamento de Compras

Autor



Victor Fernando González

Profesional con amplia experiencia en compras, logística y desarrollo de negocios en empresas de diferentes sectores y con buen dominio de las relaciones interpersonales. Técnico Universitario en Gestión y Producción es, además, docente de Administración y Economía en diferentes escuelas.

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.

