FORMACIÓN E-LEARNING

Curso Online de

Gestión avanzada de Compras en Hoteles

Metodologías y herramientas para transformar y hacer más estratégica la función de compras en hoteles.

Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación

MANAGER BUSINESS SCHOOL

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es
america.iniciativasempresariales.com
Sede Central: BARCELONA - MADRID

Llamada Whatsapp
(34) 601615098

Gestión avanzada de Compras en Hoteles

Presentación

Los profesionales de compras están cada vez mejor valorados en el sector hotelero, las oportunidades laborales son crecientes y los hoteles, tanto los independientes como las grandes cadenas, están demandando profesionales altamente cualificados. Este nivel de demanda está asociado también a una búsqueda de compradores con competencias profesionales más completas y una formación específica en el área de compras, capaces de afrontar proyectos de digitalización y que tengan la capacidad de analizar grandes números de datos para realizar informes de calidad que aumenten la productividad del departamento.

En este curso aprenderemos a crear valor en el departamento de compras de un hotel analizando herramientas que nos ayuden a posicionarlo como un departamento estratégico en la organización. Identificaremos qué acciones nos ayudarán a potenciar el departamento, qué skills deberemos desarrollar para liderarlo con éxito y cómo debemos interrelacionarnos con otros departamentos para poder ser transversales en el conocimiento del negocio hotelero. Aprenderemos también la importancia de realizar aprovisionamientos correctos, a gestionar maestros específicos del sector, conoceremos las principales categorías de compras que debemos dominar y abordaremos la importancia de poder generar KPI´s de compras, planes de compras o desarrollo de programas de gestión de proveedores.

Por último, afrontaremos el reto de conocer qué funcionalidades de un ERP puede facilitarnos nuestros objetivos de desarrollo del departamento y profundizaremos sobre cuando es interesante externalizar determinados procesos clave en el funcionamiento operacional del hotel.

La Formación E-learning

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.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

Gestión avanzada de Compras en Hoteles

Objetivos del curso:

- Posicionar el departamento de compras de un hotel como un departamento estratégico que genera valor.
- Conocer los elementos clave para elaborar un plan anual de compras.
- Identificar las competencias y perfiles adecuados para ser un profesional de compras top.
- Identificar puntos en común con otros departamentos del hotel y facilitar la cooperación intradepartamental.
- Optimizar la cadena de suministro de nuestro hotel y conocer potentes herramientas que nos conduzcan a un abastecimiento estratégico.
- Identificar y mejorar el ciclo de pedidos del hotel.
- Gestionar de forma eficiente stocks e inventarios.
- Profundizar en las distintas categorías de compras a las que se enfrentan los compradores en la gestión de un hotel.
- Conocer condiciones comerciales clave para negociar con un proveedor.
- Desarrollar programas de S.R.M. para aumentar nuestro catálogo de proveedores estratégicos.
- Configurar cuadros de mando y generar KPI´s que nos ayuden a tomar decisiones en compras eficaces.
- Conocer la importancia de la digitalización de procesos y entender cómo impactará la Inteligencia Artificial en la función de compras.
- Generar informes adecuados sobre rendimientos del área de compras.
- Conocer las características de las principales categorías de compras que suelen externalizarse en el sector hotelero.

> “Domine la gestión de compras en el sector hotelero: desde el diseño del plan anual de compras hasta la gestión de proveedores estratégicos vía abastecimiento eficiente”

Dirigido a:

Directores y Responsables de Departamentos de Compras y Operaciones del sector hotelero, compradores que quieran avanzar en conocimientos específicos del sector en búsqueda de un nuevo proyecto profesional y, en general, a todos aquellos profesionales y directivos que estén interesados en obtener una visión moderna de la gestión de compras eficiente en hoteles.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

Gestión avanzada de Compras en Hoteles

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 80 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
8 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.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

Gestión avanzada de Compras en Hoteles

Contenido del Curso

MÓDULO 1. La función de compras en hoteles

10 horas

El departamento de compras se encarga de planificar y contratar materias primas o servicios en las mejores condiciones de mercado posibles, cumpliendo la estrategia marcada por la cadena hotelera a la que pertenece y con una clara orientación de satisfacción de las necesidades del cliente interno. En contextos tan convulsos como el actual es fundamental formarse bien desde compras para poder crear valor en el departamento, no solo en términos de ahorro sino en términos de calidad ofertada.

1.1. Definición y objetivos del departamento de compras en hoteles:
1.1.1. Importancia del departamento de compras en hoteles.
1.1.2. Acciones para potenciar la función de compras:
1.1.2.1. Programa de racionalización de costes.
1.1.2.2. Auditoría del ciclo de gasto y racionalización de proveedores.
1.1.3. Posicionamiento de compras como departamento estratégico:
1.1.3.1. Objetivos.
1.1.3.2. Factores influyentes en la definición de la estrategia en compras.

1.2. Iniciativas para crear valor en los departamentos de compras:
1.2.1. Acciones para impulsar ventajas competitivas en compras.
1.2.2. Acciones para impulsar productividad en compras:
1.2.2.1. Road Map de compras.
1.2.2.2. Acciones Quick Wins.
1.2.2.3. Responsabilidad Social Corporativa.
1.2.2.4. Benchmarks.

1.3. Problemas organizativos frecuentes en la función de compras:
1.3.1. Carencia de estandarización de procesos.
1.3.2. Flujo de información y relaciones interdepartamentales.
1.3.3. Ausencia de indicadores de gestión.
1.3.4. Actividades críticas del área de compras.
1.3.5. Diagrama Ishikawa de problemas organizativos frecuentes.

1.4. Rasgos de una política de compras eficaz en hoteles:
1.4.1. Acciones de mejora continua.
1.4.2. Estandarización de procesos de compra por familias.
1.4.3. Innovación de procesos y conocimiento de mercado.

1.5. Elaboración del plan anual de compras (PAC):
1.5.1. Definición y objetivos del PAC.
1.5.2. Fases de implantación del PAC:

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

1.5.2.1. Análisis de situación de partida.
1.5.2.2. Fase de ejecución.
1.5.2.3. Fase de seguimiento y reporting.
1.5.3. Beneficios de implantación del PAC:
1.5.3.1. Ventajas para el establecimiento hotelero.
1.5.3.2. Ventajas para el área de compras.

MÓDULO 2. Perfil y competencias de un gestor de compras en hoteles

10 horas

Cada vez más compañías del sector demandan perfiles altamente especializados en compras. La transición entre el antiguo enfoque de "cualquiera vale para comprar" al actual "comprador estratégico que domina la mayoría de las funciones de compras" ha sido vertiginosa en los últimos años. Un buen especialista de compras en hoteles ha de saber desarrollar determinadas competencias para potenciar su perfil.

2.1. Competencias deseadas de un gestor de compras:
2.1.1. Definición de competencias según Cardona, P &Chinchilla.
2.1.2. Análisis de competencias estratégicas:
2.1.2.1. Visión de negocio.
2.1.2.2. Visión de la organización.
2.1.2.3. Orientación al cliente.
2.1.2.4. Networking.
2.1.3. Análisis de competencias interpersonales:
2.1.3.1. Comunicación.
2.1.3.2. Gestión de conflictos.
2.1.3.3. Delegación.
2.1.3.4. Coaching.
2.1.3.5. Trabajo en equipo.
2.1.4. Análisis de competencias intrapersonales:
2.1.4.1. Iniciativa.
2.1.4.2. Optimismo.
2.1.4.3. Ambición.
2.1.4.4. Gestión del estrés.
2.1.4.5. Gestión del tiempo.
2.1.4.6. Aprendizaje.
2.1.4.7. Autoconocimiento.
2.1.4.8. Autocrítica.
2.1.5. Análisis de metacompetencias:
2.1.5.1. Toma de decisiones.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

2.1.5.2. Integridad.
2.1.5.3. Autocontrol.
2.1.5.4. Equilibrio emocional.

2.2. Principales funciones del gestor de compras en hoteles:
2.2.1. Funciones típicas del área operativa.
2.2.2. Funciones típicas del área estratégica.

2.3. Principios de la práctica de compras según la Asociación Norteamericana de gestión de compras:
2.3.1. Pautas éticas de compra según Fernández Fábrega.

2.4. Perfil directivo idóneo de un gestor de compras en hoteles.

2.5. Manual de malas prácticas a evitar en la gestión de compras.

2.6. Veinte preguntas clave que debe hacerse un responsable de compras.

2.7. Plan de trabajo y saber gestionarse en compras:
2.7.1. Formación e integración dentro de la propia empresa.
2.7.2. Autoevaluación, crecimiento y excelencia personal.
2.7.3. Taller de asimilación del nuevo mánager.
2.7.4. Gestionar la relación con el jefe.
2.7.5. Plan de desarrollo personal.

MÓDULO 3. Función de aprovisionamiento en hoteles

10 horas

3.1. Flujograma del proceso de aprovisionamiento en hoteles.

3.2. Gestión de stocks e inventarios:
3.2.1. Aumento de la rotación de inventarios.
3.2.2. Sistema de gestión de stocks según modelo organizacional:
3.2.2.1. Único centro operativo de control.
3.2.2.2. Varios centros operativos de control.

3.3. Gestión del ciclo de pedidos.

3.4. Optimización de la cadena de suministro en hoteles:
3.4.1. Niveles de madurez de la cadena de suministro en hoteles.
3.4.2. Metodología del abastecimiento estratégico.
3.4.3. Estrategias básicas:
3.4.3.1. Estandarización de los procesos de compras.
3.4.3.2. Integración y análisis de procesos logísticos.
3.4.3.3. Desarrollo y potenciación de la cadena de abastecimiento.
3.4.3.4. Aprovisionamiento capilar, estrategia global o local.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

3.4.3.5. Racionalizar las condiciones comerciales existentes.
3.4.3.6. Consolidación y agrupación de volúmenes de compra.
3.4.4. Etapas del modelo:
3.4.4.1. Composición del ciclo de inversión.
3.4.4.2. Conocimiento del mercado de proveedores asociado al hotel.
3.4.4.3. Análisis de T.C.O.
3.4.4.4. Implantación de la estrategia de abastecimiento.
3.4.4.5. Impulso de nuevas negociaciones.
3.4.4.6. Ratios de mejoras conseguidas.
3.4.5. Beneficios abastecimiento estratégico.

3.5. Gestión correcta de almacenes en hoteles:
3.5.1. Factores clave en la gestión de almacenes.

MÓDULO 4. Gestión de categorías de compra en hoteles

10 horas

Es importante conocer las distintas categorías de compra en los hoteles y hacer una clasificación correcta, conocer su volumen de compra en todo momento, calcular el impacto de las negociaciones por familia y, en caso de que la clasificación venga impuesta por servicios centrales al pertenecer nuestro hotel a una cadena, conocer las actualizaciones en la clasificación de las categorías de compra centralizadas.

4.1. Categorización de las principales familias y referencias en hoteles:
4.1.1. Identificación de las principales familias de control.

4.2. Gestión de categorías de producto:
4.2.1. Gestión correcta de referencias.
4.2.2. Gestión F&B.
4.2.3. Gestión OS&E.
4.2.4. Gestión FF&E.
4.2.5. Gestión de otras categorías.

4.3. Fichas de control de categoría de producto:
4.3.1. Ficha de sistema de control ABC.
4.3.2. Fichas de referencias de mayor rotación.
4.3.3. Referencias estratégicas de control por impacto en cuenta de resultados.
4.3.4. Generación de fichas maestro de referencias por familias.

4.4. Planificación de la producción y gestión de mermas en F&B:
4.4.1. Menú Enginering.
4.4.2. Escandallos de platos terminados.
4.4.3. Fichas técnicas de producción.

4.4.4. Análisis de mermas y rendimientos.
4.4.5. Glaseo de productos congelados.
4.4.6. Calidad de materia prima como ventaja competitiva.

4.5. Seguridad alimentaria y gestión de alérgenos:
4.5.1. Introducción sistema de peligros y puntos críticos de control (APPCC).
4.5.2. Control de alérgenos.

MÓDULO 5. Gestión óptima de proveedores en hoteles

10 horas

Saber gestionar proveedores se le presupone a cualquier comprador senior, pero gestionarlos eficientemente, conocer la capacidad de negociación que tenemos, batir las expectativas de mercado según binomio presupuesto/capacidad de compra y mantener buenas condiciones comerciales con proveedores a largo plazo, entre otros aspectos, no siempre es sencillo de conseguir y son aspectos que nos permiten identificar a un buen gestor de compras.
La creación y mantenimiento de una estructura óptima de proveedores nos permitirá asegurar una cadena de abastecimiento eficiente en el hotel.

5.1. Estructura óptima de proveedores en hoteles:
5.1.1. Flujograma gestión de proveedores.
5.1.2. Características proveedores nacionales vs proveedores locales.

5.2. Modalidades de abastecimiento:
5.2.1. Fabricante.
5.2.2. Distribuidor.
5.2.3. Central de compras:
5.2.3.1. Aspectos básicos para elegir una central de compras.
5.2.4. Cash and carry.
5.2.5. Plataforma.
5.2.6. Distribución capilar vs distribución en un único punto.

5.3. Condiciones comerciales clave para seleccionar un proveedor:
5.3.1. Calidad.
5.3.2. Eficacia en el suministro.
5.3.3. Plazo y forma de pago.
5.3.4. Tarifa aplicada y fluctuaciones.
5.3.5. Capacidad de reacción ante roturas de stock.
5.3.6. Organización en la prestación del servicio y amplitud de rutas.

5.4. Proveedores estratégicos: mejora continua y homologación
5.4.1. Integración de proveedores en nuestro modelo de negocio.
5.4.2. Identificación de proveedores estratégicos por cada categoría de compra.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

5.4.3. Homologación de proveedores.

5.5. Matriz Kralic de proveedores:
5.5.1. Pautas a seguir según categorización de proveedores:
5.5.1.1. Proveedores de adquisición o rutinarios.
5.5.1.2. Proveedores cuello de botella o críticos.
5.5.1.3. Proveedores en competencia.
5.5.1.4. Proveedores estratégicos.

5.6. Implantación del modelo de Supplier Relationship Management (SRM):
5.6.1. Definición y etapas.
5.6.2. Ventajas y desventajas de la implantación.
5.6.3. Evolución de proveedores para ver si son estratégicos.

5.7. Negociación con proveedores en hoteles:
5.7.1. Modelos de relación comprador proveedor.
5.7.2. Tipos de negociación y características.

5.8. Gestión óptima de contratos en hoteles:
5.8.1. Ventajas de la implantación de un sistema de gestión de contratos.

MÓDULO 6. Cuadro de Mando Integral, control de gestión, uso de Key Performance Indicators

10 horas

6.1. Cuadro de Mando Integral en hoteles (CMI):
6.1.1. Definición y objetivos.
6.1.2. Diseño del modelo de información y fases:
6.1.2.1. Planificación.
6.1.2.2. Análisis y recopilación de información.
6.1.2.3. Definición de estrategia.
6.1.2.4. Fijación de indicadores y establecimiento de tareas.
6.1.2.5. Configuración del CMI.
6.1.3. Ventajas y desventajas de la utilización de un cuadro de mando para el control de gestión.
6.1.4. Perspectivas / enfoques del CMI:
6.1.4.1. Perspectiva financiera.
6.1.4.2. Perspectiva del cliente.
6.1.4.3. Perspectiva del proceso interno.
6.1.4.4. Perspectiva de la innovación y el aprendizaje.

6.2. Indicadores de medición de gestión en hoteles (KPI´s):
6.2.1. KPI genéricos del hotel.
6.2.2. KPI específicos del área de compras.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

6.3. Desarrollo de informes para gerencia:
6.3.1. Tipos de informes más comunes para el área de compras.

MÓDULO 7. Gestión de software, aplicaciones informáticas y digitalización

10 horas

Vivimos tiempos donde la digitalización de procesos ha avanzado a pasos agigantados en todos los sectores, incluido el hotelero. Es impensable en la actualidad no tener uno o varios softwares de gestión que ayuden o monitoricen la actividad en el día a día.

7.1. Escenarios y claves para la selección del software de gestión de compras:
7.1.1. Diagrama básico de un ERP.
7.1.2. Ventajas de los sistemas ERP.
7.1.3. Desventajas de los sistemas ERP.
7.1.4. Puntos clave para la selección de un software en el área de compras.

7.2. Gestión de ciclo completo de compras:
7.2.1. Key points de control del ERP y problemas frecuentes.

7.3. Utilidades del análisis predictivo.

7.4. Uso de Inteligencia Artificial en el área de compras:
7.4.1. Interacción positiva IA con el área de compras.

7.5. E-Procurement:
7.5.1. Automatización del proceso de compra.

7.6. Perspectivas de digitalización y adquisiciones en compras a medio plazo.

MÓDULO 8. Externalización de procesos en hoteles

10 horas

8.1. Definición de outsourcing y modalidades:
8.1.1. Riesgos posibles en la delegación de un servicio a un proveedor externo.
8.1.2. Información relacionada con el diseño del servicio.
8.1.3. Mapa de actividades previo a la contratación.

8.2. Outsourcing integral de la función de compras y etapas de implantación:
8.2.1. Cuadro comparativo de las características del outsourcing integral vs gestión interna del servicio.
8.2.2. Ventajas del outsourcing en la función de compras.
8.2.3. Inconvenientes del outsourcing en la función de compras.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

Gestión avanzada de Compras en Hoteles

8.3. Configuración y desarrollo de Service Level Agreements (SLAs):
8.3.1. Definición y características de SLAs.
8.3.2. Tipos de SLAs.
8.3.3. Beneficios de usos de SLAs.
8.3.4. Penalizaciones por incumplimiento de las condiciones de servicio.

8.4. Procesos y categorías de compra susceptibles de ser externalizados:
8.4.1. Servicio de restauración:
8.4.1.1. Características externalización integral servicio de restauración.
8.4.1.2. Características externalización parcial servicio de restauración.
8.4.2. Servicio de limpieza:
8.4.2.1. Housekeeping.
8.4.3. Servicio de lavandería:
8.4.3.1. Ventajas del servicio autogestionado vs externalización en lavandería.
8.4.4. Otros procesos y categorías susceptibles de ser externalizados:
8.4.4.1. Externalización servicios de seguridad.
8.4.4.2. Externalización servicios de mantenimiento.
8.4.4.3. Externalización servicios de jardinería.
8.4.4.4. Externalización del Revenue Management (RM).
8.4.5. Decálogo de principios básicos de gestión de outsourcing según la Asociación Española de Empresas de Consultoría.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

Gestión avanzada de Compras en Hoteles

Autor

Ignacio Manso
Licenciado en Administración y Dirección de empresas. Bachelor of Finance y consultor avanzado SAP en los módulos de logística y materiales. En la actualidad desarrolla funciones como Procurement Manager en una central de compras internacional perteneciente al grupo Sodexo, donde participa activamente en la negociación de condiciones comerciales y asesoramiento en el área de compras a grandes grupos hoteleros.

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.