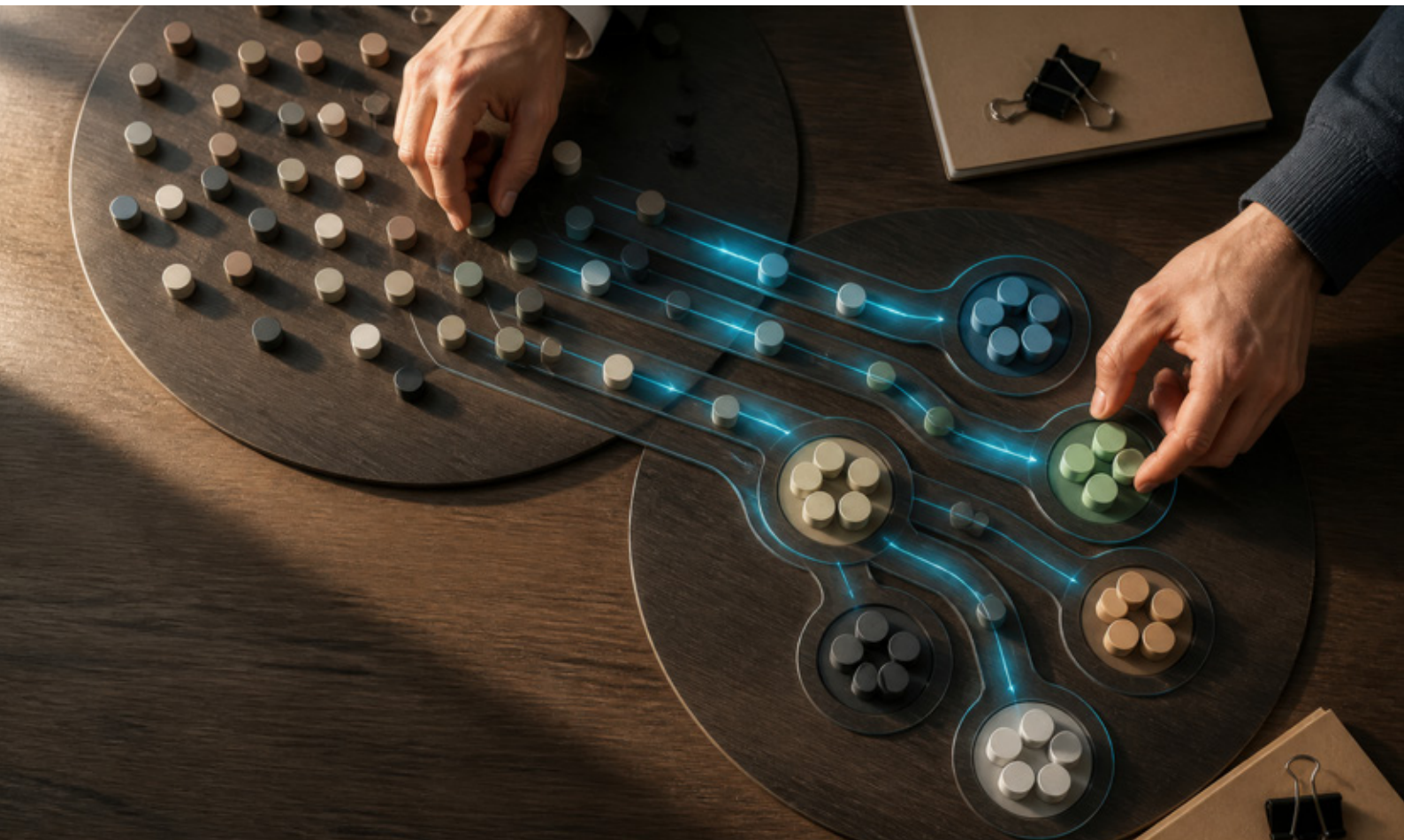




Curso Online de **Category Management** **Avanzado** para compras estratégicas

Herramientas y metodología práctica para transformar las compras operativas en una gestión estratégica por categorías.


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

Category Management Avanzado para compras estratégicas

Presentación

Hay una brecha que pocas organizaciones reconocen abiertamente. Se trata de la distancia entre tener un departamento de compras o tener una función de compras que realmente impacte en la cuenta de resultados. No es una cuestión de esfuerzo, los profesionales de compras trabajan duro, es un problema estructural, ya que se gestiona con urgencia en lugar de con estrategia, se negocia desde la presión en lugar de desde la información, y se mide el éxito por el precio conseguido en lugar de por el valor generado para el negocio.

El Category Management es la respuesta a ese problema, cambia las reglas del juego, y este curso 100% práctico es la forma más directa de dominarlo.

Cuando gestionas una categoría con rigor, todo cambia. Dejas de reaccionar y empiezas a anticipar. Dejas de justificar ahorros puntuales y empiezas a demostrar impacto real en margen, en riesgo y en capacidad operativa. Dejas de ser el departamento que tramita pedidos y te conviertes en una palanca estratégica que la dirección escucha, porque hablas su mismo lenguaje, que es rentabilidad, riesgo y flujo de caja.

No es una metodología reservada a las grandes corporaciones. Es la forma más eficaz que existe en la actualidad para convertir la función de compras en una ventaja competitiva real, independientemente del tamaño o sector de la organización.

Este no es un curso para quien parte de cero. Está diseñado para profesionales que ya conocen el día a día de compras y quieren dar el siguiente salto, pasar de gestionar transacciones a gestionar categorías con visión, datos y estrategia. A lo largo de 12 módulos de alto impacto, trabajará cada pieza del proceso con una orientación radicalmente práctica:

- **Perfilará categorías desde cero**, analizando el gasto real, las dependencias críticas y las necesidades internas reales frente a las especificaciones heredadas que nadie cuestiona.
- **Aplicará las herramientas de diagnóstico más potentes** del mercado como la Matriz de Kraljic, el análisis SWOT de compras, las cinco fuerzas de Porter y el TCO no como ejercicio académico, sino como base de decisiones concretas.
- **Construirá estrategias de abastecimiento sólidas**, alineadas con los objetivos del negocio y con los distintos modelos reconocidos internacionalmente, como son CIPS, O'Brien, Kearney.
- **Negociará desde una posición de información**, comprendiendo el modelo de negocio del proveedor, utilizando principios de economía conductual y construyendo acuerdos de valor compartido que generan estabilidad a largo plazo.
- **Gestionará riesgos de forma proporcional**, con planes de mitigación reales ante escenarios geopolíticos, regulatorios y operativos que hoy forman parte del paisaje habitual de cualquier cadena de suministro.
- **Medirá y comunicará el valor de compras** con KPIs financieros y operativos que convierten su trabajo en argumentos sólidos ante la dirección.
- **Entenderá el papel de la digitalización y la IA** en la función de compras, y cómo usarlas para liberar tiempo estratégico en lugar de añadir complejidad.

Category Management Avanzado para compras estratégicas

El momento es ahora, los mercados de suministro son hoy más volátiles, más complejos y estratégicos que nunca. **Las organizaciones que tienen equipos de compras con visión de categoría están mejor posicionadas para absorber la presión de costes, gestionar la incertidumbre y ejecutar con agilidad.**

Las que no la tienen, siguen dependiendo de la suerte y del proveedor de turno.

Si ya tiene experiencia en compras y sabe que puede ir más lejos, este es el paso que marca la diferencia.

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.

Category Management Avanzado para compras estratégicas

Objetivos del curso:

- Entender qué es realmente el Category Management y por qué representa un cambio de enfoque profundo que transforma la forma en que compras opera dentro de la organización.
- Construir estrategias por categoría alineadas con los objetivos del negocio, seleccionando el enfoque más adecuado según el tipo de categoría y las condiciones del mercado de suministro.
- Aplicar con soltura la Matriz de Kraljic, el análisis SWOT de compras, las cinco fuerzas de Porter y el TCO, integrándolas para construir una visión coherente que soporte decisiones estratégicas reales.
- Aprender a preparar una negociación con rigor, entender el BATNA y usarlo correctamente, aplicar los principios de la negociación basada en intereses, reconocer y neutralizar las tácticas de venta más frecuentes y construir acuerdos de valor compartido que se sostengan en el tiempo.
- Diseñar procesos de RFQ estructurados, con criterios de evaluación ponderados, claros y defendibles, que eliminen la arbitrariedad y protejan a la organización.
- Aprender a implantar nuevos proveedores de forma escalonada, reduciendo el riesgo operativo durante la transición y protegiendo la cuenta de resultados en el proceso.
- Identificar vulnerabilidades en nuestra cadena de suministro, como pueden ser geopolíticos, regulatorios, operativos, y diseñar planes de mitigación proporcionales al impacto real de cada categoría.
- Saber diferenciar entre gestión táctica y gestión estratégica, identificar el nivel de madurez real de nuestra función de compras y localizar con precisión dónde está el mayor potencial de mejora inmediata.
- Entender el papel del e-Procurement y la automatización en la función de compras, y cómo la tecnología bien aplicada libera tiempo para el trabajo estratégico en lugar de añadir capas de complejidad.
- Conocer en profundidad los modelos CIPS, O'Brien y Kearney, comprender sus diferencias y saber elegir el más adecuado según el contexto de cada categoría y organización.
- Utilizar KPIs financieros y operativos, ahorros reales, costes evitados, ROI de compras, para construir un cuadro de mando que convierta nuestro trabajo en argumentos sólidos ante cualquier comité de dirección.
- Identificar las cinco habilidades que definen al Category Manager de alto rendimiento.

“Diseñe estrategias de compra por categorías combinando el análisis del gasto, el mercado de suministro, TCO, proveedores, riesgo y negociación”

Category Management Avanzado para compras estratégicas

Dirigido a:

Profesionales con experiencia vinculados a la gestión de compras, aprovisionamiento y proveedores que quieran evolucionar hacia un enfoque más estratégico, estructurado y orientado a la generación de valor para la empresa.

Especialmente indicado para:

- Responsables, directores y técnicos de **Compras y Procurement**.
- Profesionales de **Strategic Sourcing y Aprovisionamiento**.
- Responsables de **Gestión y Desarrollo de Proveedores**.
- Profesionales de **Supply Chain y Cadena de Suministro**.
- Responsables de **Operaciones y Producción** que participen en la selección, evaluación o negociación con proveedores.
- Responsables de **Calidad** que intervengan en la homologación, evaluación y seguimiento del desempeño de proveedores.
- Mandos y responsables de otras áreas que participen en equipos multifuncionales de compras, definición de necesidades, procesos RFQ o decisiones de abastecimiento.

También resulta especialmente útil para todos aquellos profesionales de compras que actualmente desarrollan funciones principalmente operativas y quieren asumir responsabilidades de mayor nivel en la gestión estratégica de categorías, negociación, riesgos, proveedores y creación de valor para el negocio.

Un enfoque aplicable a cualquier sector.

Category Management Avanzado para compras estratégicas

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 60 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

12 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.

Category Management Avanzado para compras estratégicas

Contenido del Curso

MÓDULO 1. De compras operativas a compras estratégicas

4 horas

Durante décadas, la función de compras fue concebida como un área de soporte administrativo (tramitación de pedidos, control de presupuestos y garantizar que los materiales llegaran a tiempo). Nadie esperaba que impactara en la cuenta de resultados más allá del ahorro puntual de una negociación. Ese modelo ha quedado obsoleto porque el entorno ha cambiado de manera irreversible. Los mercados son más globales, más volátiles e interconectados que nunca y las organizaciones externalizan una proporción cada vez mayor de sus operaciones. Por ello, resulta difícil justificar en la actualidad que compras siga operando como una función meramente transaccional.

- 1.1. Introducción al módulo 1.
- 1.2. El rol transformado de las compras modernas.
- 1.3. Las cuatro actividades clave de la contratación estratégica.
- 1.4. El apalancamiento financiero de compras.
- 1.5. Los desafíos actuales de la función de compras.
- 1.6. Eficiencia versus efectividad: una distinción fundamental.
- 1.7. La gestión de categorías como palanca de sinergia.
- 1.8. Definición de objetivos SMART en compras.
- 1.9. Síntesis del módulo 1.

MÓDULO 2. Fundamentos del Category Management

5 horas

El Category Management es hoy el marco de referencia más sólido y contrastado que existe para gestionar compras de forma estratégica. Es un enfoque estructurado, sistemático y continuo para gestionar grupos homogéneos de bienes o servicios con el objetivo fundamental de alinear las necesidades del negocio con las capacidades del mercado de suministro, mediante estrategias específicas diseñadas para cada categoría.

- 2.1. Introducción al módulo 2.
- 2.2. Origen y evolución del Category Management.
- 2.3. Qué es y qué no es el Category Management.
- 2.4. Las tres dimensiones integradas de compras.

Category Management Avanzado para compras estratégicas

- 2.5. Category Management versus contratación tradicional.
- 2.6. Los beneficios clave del Category Management.
- 2.7. El proceso de gestión por categorías.
- 2.8. Las cinco habilidades fundamentales del Category Manager.
- 2.9. Identificación del nivel de madurez en la gestión por categorías.
- 2.10. Síntesis del módulo 2.

MÓDULO 3. Perfilado de categorías y segmentación del gasto

4 horas

- 3.1. Introducción al módulo 3.
- 3.2. Por qué perfilar antes de negociar.
- 3.3. Análisis del gasto: el punto de partida.
- 3.4. Segmentación ABC: priorizar donde importa.
- 3.5. Segmentación XYZ: la dimensión de la variabilidad.
- 3.6. Identificación de necesidades internas reales versus especificaciones heredadas.
- 3.7. Análisis de la concentración de proveedores y dependencias críticas.
- 3.8. El perfilado en la práctica: casos reales.
- 3.9. De la información al criterio: cómo construir el perfil de una categoría.
- 3.10. Síntesis del módulo 3.

MÓDULO 4. Herramientas de diagnóstico estratégico

6 horas

Las herramientas de diagnóstico estratégico sirven para responder a preguntas concretas y orientar decisiones reales. Cada una de ellas aporta una perspectiva distinta, pero, usadas de forma integrada son la diferencia entre una función de compras que reacciona y una que anticipa, entre una negociación basada en intuición y una basada en análisis, entre decisiones que se justifican con dificultad y decisiones que se sostienen con datos.

De esta manera, construyen una visión integrada que permite tomar decisiones con fundamento y confianza.

- 4.1. Introducción al módulo 4.

Category Management Avanzado para compras estratégicas

- 4.2. La matriz de Kraljic: posicionar para decidir.
- 4.3. El análisis SWOT de compras: diagnosticar antes de decidir.
- 4.4. Las cinco fuerzas de Porter: entender el mercado de suministro.
- 4.5. El análisis STEEPLE: el entorno más allá del mercado inmediato.
- 4.6. Cost Breakdown, Should-Cost y TCO: entender el precio más allá del precio.
- 4.7. Cómo integrar las herramientas para construir una visión coherente.
- 4.8. Síntesis del módulo 4.

MÓDULO 5. Modelos de gestión de categorías

5 horas

- 5.1. Introducción al módulo 5.
- 5.2. Qué aportan los modelos a la gestión de categorías.
- 5.3. El modelo CIPS: orientación al mercado y alineación estratégica.
- 5.4. El modelo de A.T. Kearney: rigor, estructura y ejecución.
- 5.5. El modelo O'Brien: claridad, control y puertas de validación.
- 5.6. Comparativa de los tres modelos.
- 5.7. Cómo elegir el modelo adecuado.
- 5.8. Síntesis del módulo 5.

MÓDULO 6. Estrategia de abastecimiento por categoría

5 horas

La estrategia de abastecimiento es la decisión central del Category Management. Es el punto en el que el análisis se transforma en dirección, donde la organización decide cómo va a relacionarse con el mercado de suministro de cada categoría, qué tipo de relación va a construir con los proveedores, cómo va a distribuir el volumen y con qué criterios va a evaluar y seleccionar a sus socios comerciales. Sin una estrategia clara, todo el trabajo de análisis previo queda suspendido en el aire.

- 6.1. Introducción al módulo.
- 6.2. De la segmentación a la estrategia. El puente que muchos no cruzan.
- 6.3. Las palancas estratégicas. Qué opciones tenemos.
- 6.4. Diseño del portafolio de proveedores estratégicos.

Category Management Avanzado para compras estratégicas

- 6.5. Estandarización del RFQ: la herramienta que hace comparable lo comparable.
- 6.6. Definición de criterios de evaluación ponderados.
- 6.7. Alineación con los stakeholders internos.
- 6.8. La estrategia como proceso continuo.
- 6.9. Caso práctico integrador. Diseño de estrategia para una categoría crítica.
- 6.10. Síntesis del módulo 6.

MÓDULO 7. Negociación estratégica en Category Management

5 horas

La negociación estratégica no es un evento aislado que ocurre al final del proceso de compras. Es la consecuencia natural de todo un trabajo anterior: el perfilado de la categoría, el análisis del mercado, la definición de la estrategia de abastecimiento y la evaluación de proveedores. Cuando ese trabajo está bien hecho, el negociador llega a la mesa con información, con alternativas y con una posición sólida. Cuando no lo está, llega con urgencia y con dependencia, que son las peores condiciones posibles para negociar.

- 7.1. Introducción al módulo.
- 7.2. La negociación como parte coherente de la estrategia.
- 7.3. La preparación: donde se gana la negociación.
- 7.4. El BATNA: la fuente real del poder negociador.
- 7.5. La negociación basada en intereses: el método Harvard.
- 7.6. Negociación empática: entender al proveedor para negociar mejor.
- 7.7. Tácticas y dinámicas de negociación en compras B2B.
- 7.8. Economía conductual aplicada a la negociación.
- 7.9. Construcción de acuerdos de valor compartido.
- 7.10. Separación de hechos y emociones en la mesa de negociación.
- 7.11. Síntesis del módulo 7.

Category Management Avanzado para compras estratégicas

MÓDULO 8. Gestión de proveedores e implantación

5 horas

Seleccionar bien a un proveedor es necesario, pero no suficiente. Lo que ocurre después de la selección, durante la implantación, durante el seguimiento del desempeño y durante la gestión continua de la relación, es lo que determina si los beneficios negociados se materializan realmente en la operación o si quedan como una promesa en papel.

- 8.1. Introducción al módulo.
- 8.2. El ciclo de vida del proveedor.
- 8.3. La implantación escalonada: cómo reducir el riesgo operativo en el cambio.
- 8.4. Supplier Relationship Management: más allá del contrato.
- 8.5. Reuniones de seguimiento e indicadores de desempeño.
- 8.6. Planes de mejora: gestionar el bajo desempeño de forma constructiva.
- 8.7. El desarrollo de proveedores: construir capacidades compartidas.
- 8.8. Cumplimiento, ética y gestión de conflictos de interés.
- 8.9. Síntesis del módulo 8.

MÓDULO 9. Gestión de riesgos en compras

5 horas

La gestión de riesgos en compras es una disciplina estratégica que permite a las organizaciones anticipar problemas antes de que ocurran, preparar respuestas antes de que se necesiten y construir cadenas de suministro que puedan absorber los golpes del entorno sin desestabilizarse.

- 9.1. Introducción al módulo.
- 9.2. Qué entendemos por riesgo en compras.
- 9.3. Tipos de riesgo en la cadena de suministro.
- 9.4. La segunda y tercera capa de la cadena de suministro.
- 9.5. El mapa de riesgos: identificar, evaluar y priorizar.
- 9.6. Estrategias de mitigación: responder antes de que el problema llegue.
- 9.7. Planes de contingencia: qué hacer cuando el problema ya ha llegado.
- 9.8. Diversificación de fuentes y contratos de contingencia.
- 9.9. Resiliencia: el objetivo final de la gestión de riesgos.
- 9.10. Un caso real: la crisis de suministro de componentes industriales.

Category Management Avanzado para compras estratégicas

9.11. Síntesis del módulo 9.

MÓDULO 10. KPIs y medición del valor de compras

5 horas

Existe un principio que se repite en la gestión estratégica de organizaciones: lo que no se mide no se gestiona. Y en compras, este principio tiene una segunda parte que merece igual atención: lo que no se comunica no existe. Una función de compras puede estar generando un valor extraordinario para la organización, negociando ahorros significativos, reduciendo riesgos de suministro, mejorando la calidad de los proveedores y contribuyendo a la sostenibilidad del negocio, pero si ese valor no se mide con rigor y no se comunica con claridad a quien toma decisiones en la organización, es como si no existiera.

- 10.1. Introducción al módulo.
- 10.2. Por qué lo que no se mide no se gestiona.
- 10.3. Indicadores financieros: el lenguaje que la dirección entiende.
- 10.4. Indicadores operativos: la eficiencia que sostiene la estrategia.
- 10.5. Cómo construir un cuadro de mando útil.
- 10.6. Las reglas de oro para que los KPIs provoquen decisiones.
- 10.7. Cómo presentar el valor de compras a dirección con datos.
- 10.8. La conexión entre KPIs y finanzas: una alianza estratégica.
- 10.9. Síntesis del módulo 10.

MÓDULO 11. Habilitadores: organización, procesos y tecnología

5 horas

- 11.1. Introducción al módulo.
- 11.2. Los cuatro pilares que sostienen la gestión de categorías.
- 11.3. Pilar 1: gobernanza y roles.
- 11.4. Pilar 2: procesos estructurados.
- 11.5. Pilar 3: datos y visibilidad.
- 11.6. Pilar 4: tecnología bien aplicada.
- 11.7. Cómo digitalizar sin caotizar.

Category Management Avanzado para compras estratégicas

11.8. La integración de los cuatro pilares, el modelo completo.

11.9. Síntesis del módulo 11.

MÓDULO 12. El futuro de las compras: IA, datos y evolución del rol

6 horas

La función de compras está en el centro de una transformación que no tiene precedentes en su historia. La Inteligencia Artificial, los datos en tiempo real, la automatización avanzada y la creciente importancia de la sostenibilidad y los criterios ESG están redefiniendo qué significa ser un profesional de compras de alto rendimiento, qué herramientas tiene a su disposición y qué rol puede jugar en la organización de los próximos años.

12.1. Introducción al módulo.

12.2. Compras 4.0: qué está cambiando y qué permanece.

12.3. Inteligencia Artificial en compras: aplicaciones reales y límites honestos.

12.4. El nuevo perfil del comprador. El modelo T-Shaped.

12.5. Sostenibilidad y criterios ESG como factor estratégico.

12.6. Cómo liderar la transformación en lugar de adaptarse tarde.

12.7. El futuro que ya está aquí. Una visión integrada.

12.8. Síntesis del módulo 12.

12.9. Cierre del curso.

Category Management Avanzado para compras estratégicas

Autor



Elymar Estévez

Profesional de compras con una trayectoria que abarca desde la gestión operativa hasta la dirección estratégica de categorías en entornos internacionales de alta exigencia. Formada en Administración de Empresas, ha liderado proyectos de Category Management y optimización de costes con resultados documentados y mejoras significativas para sus clientes.

Con una dilatada trayectoria como consultora en la dirección de compras estratégicas, ha acompañado a equipos de compras de muy diversa tipología, desde industriales medianos hasta grandes corporaciones en procesos de transformación real, implantación de modelos de TCO, desarrollo de estrategias por categoría, estructuración de procesos de licitación, gestión de proveedores y construcción de equipos multifuncionales orientados a resultados.

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.

