



## Curso Online de **Dirección de Compras y Negociación con Proveedores**

*Estrategias y herramientas de compras, negociación y gestión de proveedores.*



Tel. 900 670 400 - [attcliente@iniciativasempresariales.edu.es](mailto:attcliente@iniciativasempresariales.edu.es)  
[america.iniciativasempresariales.com](http://america.iniciativasempresariales.com)  
Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp  
(34) 601615098

# Dirección de Compras y Negociación con Proveedores

## Presentación

En este curso conocerá la importancia y el papel clave que juega el departamento de compras en una empresa. Una excelente y óptima planificación estratégica de la gestión completa en la cadena de suministro y del departamento de compras, marca la diferencia en la obtención de objetivos cualitativos y cuantitativos en las organizaciones.

¿Por qué elegir ser un profesional de compras?

Por ser una profesión con creciente demanda, crucial para el ahorro y la competitividad de las empresas y que ofrece un camino profesional estratégico y versátil en casi todas las industrias. Una capacitación adecuada en técnicas de compra, análisis de costos, gestión de la cadena de suministro y habilidades tecnológicas permite a los compradores optimizar el proceso de adquisición y aumentar la rentabilidad de sus empresas.

## 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.**

# Dirección de Compras y Negociación con Proveedores

## Objetivos del curso:

- Entender el entorno macroeconómico, globalizado y digital de las empresas que impacta significativamente en la cadena de suministro, afectando la eficiencia, los costos y la toma de decisiones.
- Conocer por qué una gestión eficaz de las relaciones con los proveedores es fundamental para construir alianzas estratégicas que impulsen la eficiencia operacional y la competitividad.
- Desarrollar estrategias, tácticas y habilidades para negociar con éxito con los proveedores.
- Revisar los conceptos clave relacionados con los procesos de homologación y evaluación de proveedores.
- Conocer cómo realizar una matriz multicriterio sencilla y ponderar a los proveedores con el objetivo de medir y elegir aquellos con mayor puntuación y en el caso de proveedores ya consolidados aquellos que cumplen mejor nuestras exigencias.
- Analizar la necesidad de desarrollar un programa de calidad en la empresa por razones financieras, comerciales y técnicas, así como por condiciones externas y por el ambiente de la empresa.
- Aprender a redactar la política de compras de la empresa, documento sencillo y breve donde deben reflejarse de forma clara los criterios a elegir para las fuentes de abastecimientos, los requisitos para los proveedores, condiciones de entrega, plazos de pago y otros aspectos.

“ Convierta sus compras en un centro de beneficios: dominando TCO, KPIs y palancas de ahorro y negociando acuerdos sólidos con proveedores estratégicos”

## Dirigido a:

Ejecutivos y profesionales que necesiten mejorar sus resultados de compras (coste, servicio, calidad y riesgo) y elevar la función de procurement desde lo operativo a lo estratégico como son:

- Responsables de compras, compradores senior y responsables de negociación con proveedores.
- Category managers que gestionan familias/categorías de compras directas e indirectas, así como grandes contratos.
- Responsables de Supply Chain, logística de aprovisionamiento y operaciones que requieren una coordinación entre compras y logística y una visión de entorno global/digital.
- Responsables de Calidad, auditores y perfiles implicados en la homologación, evaluación y control de proveedores (incluyendo no conformidades y acciones correctivas).
- Perfiles de finanzas que quieran medir un impacto económico (TCO, rentabilidad, productividad).

# Dirección de Compras y Negociación con Proveedores

## 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

7 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. Estrategia y entorno de compras

14 horas

En las últimas décadas, las organizaciones han reconocido la importancia estratégica de las compras, invirtiendo en el desarrollo de este departamento para afrontar la creciente competitividad de un mercado globalizado. Anteriormente, eran consideradas con frecuencia como una función de apoyo, sin gran valor añadido para la empresa. Hoy en día, el procurement se considera un área capaz de reducir costes y desempeñar un papel crucial en la cadena de suministro.

- 1.1. Departamento de compras.
- 1.2. Organización del departamento de compras:
  - 1.2.1. Control de firmas.
- 1.3. Entender el entorno macroeconómico.
- 1.4. Bases estratégicas de las compras:
  - 1.4.1. Estrategias de compras.
  - 1.4.2. Importancia de las relaciones con los proveedores.
  - 1.4.3. Conexión entre compras y logística.
  - 1.4.4. Tips básicos para una estrategia de compras.
- 1.5. Global sourcing:
  - 1.5.1. E-procurement.
- 1.6. Supply chain: logística de aprovisionamiento
  - 1.6.1. Logística de aprovisionamiento.
  - 1.6.2. Industria y logística 4.0.
  - 1.6.3. Blockchain, criptomonedas y el euro digital.

### MÓDULO 2. Compras como generador de valor en las empresas

4 horas

Uno de los principales objetivos de las empresas es generar el mayor valor añadido posible en el desarrollo de su actividad. Por ello, es importante analizar la cadena de valor, constituyendo ésta una de las principales herramientas dentro de la planificación estratégica de la compañía.

- 2.1. Compras: generador de cadena de valor.
- 2.2. Análisis de estados financieros del departamento de compras.

# Dirección de Compras y Negociación con Proveedores

## 2.3. Total Cost Ownership: TCO

### 2.3.1. Matriz RACI.

## 2.4. Indicadores de rentabilidad y productividad en compras:

### 2.4.1. Palancas de ahorro de las compras.

### 2.4.2. Modelos de implantación outsourcing y subcontratación.

### 2.4.3. Software de gestión de compras.

## MÓDULO 3. Negociación y habilidades comunicativas del comprador

20 horas

### 3.1. ¿Qué es negociar?

#### 3.1.1. Relación entre el proceso de compras y ventas.

### 3.2. Crear un entorno propicio.

### 3.3. Proceso de una negociación:

#### 3.3.1. Preparación de la negociación:

##### 3.3.1.1. Nuestros objetivos.

##### 3.3.2. Estrategias y argumentos de la negociación.

##### 3.3.3. Desarrollo de la negociación.

##### 3.3.4. Concesiones, acuerdos y contratos.

### 3.4. Perfil del negociador.

### 3.5. La figura del proveedor.

### 3.6. Nuestro comportamiento: ¿cómo actuamos?

### 3.7. La comunicación clave para manifestar nuestras decisiones:

#### 3.7.1. Estilos de negociación.

#### 3.7.2. Inteligencia Emocional.

#### 3.7.3. Método Harvard de negociación.

#### 3.7.4. Método Kremlin.

#### 3.7.5. Método Jiu-Jitsu.

#### 3.7.6. El vicio de juzgar.

### 3.8. Tipos de comportamiento:

#### 3.8.1. Autodominio.

#### 3.8.2. La asertividad.

#### 3.8.3. Escucha activa.

### 3.9. El manejo eficaz de las preguntas:

#### 3.9.1. Funciones de las preguntas.

# Dirección de Compras y Negociación con Proveedores

3.9.2. Etapas para manejar las preguntas.

**3.10. Liderazgo y trabajo en equipo:**

3.10.1. Negociaciones en grupo.

**3.11. Resolver conflictos.**

**3.12. Tipos de negociaciones:**

3.12.1. Mercados industriales.

3.12.2. Mercados de consumo.

3.12.3. Mercados de servicios.

3.12.4. Mercado bancario.

3.12.5. Grupos de compras.

**3.13. Negociaciones internacionales.**

**3.14. Negociaciones laborales.**

## MÓDULO 4. Gestión por categorías de compras

14 horas

La gestión por categorías ha sido desarrollada con el objetivo de mejorar los resultados de fabricantes y distribuidores mediante la planificación de estrategias comerciales que optimicen la satisfacción del consumidor. La integración de una estrategia de gestión de categorías ofrece un profundo conocimiento de los productos, bienes y servicios a adquirir, así como su gestión y distribución a los clientes.

**4.1. Gestión por categorías.**

**4.2. Herramientas de análisis de la gestión por categorías:**

4.2.1. Análisis de Pareto.

4.2.2. Matriz Kraljic para las categorías de compras.

4.2.3. DAFO-CAME.

**4.3. Clasificación de compras:**

4.3.1. Compras directas.

4.3.2. Compras indirectas.

4.3.3. Compras estratégicas y compras emergencia.

4.3.4. Aprovisionamientos.

**4.4. Grandes contratos de compras:**

4.4.1. Contrato de mantenimiento.

4.4.2. Facility services.

4.4.3. MRO - Mantenimiento, reparación y suministros.

4.4.4. Renting: vehículos, equipos informáticos y equipamiento industrial.

# Dirección de Compras y Negociación con Proveedores

- 4.4.5. Contratos de telecomunicaciones.
- 4.4.6. Contratos de energía eléctrica y gas.
- 4.4.7. Contrato de residuos.
- 4.4.8. Agencias de viajes.

## 4.5. Preparación de petición de oferta de compras:

- 4.5.1. RFI: solicitud de información de compras indirectas.
- 4.5.2. RFP: solicitud de propuesta de compras indirectas.
- 4.5.3. RFQ: solicitud de oferta de compras indirectas.

## 4.6. Elección de proveedores y KPIs de compras:

- 4.6.1. KPI nivel de servicio de proveedores.
- 4.6.2. Subastas.

## MÓDULO 5. Gestión de proveedores

10 horas

Es de vital importancia que el comprador conozca los productos y servicios que comercializa su empresa, el mercado y los proveedores que existen, así como la competencia entre ellos. En la actualidad la mejora, el conocimiento y la coordinación de los proveedores están consideradas como una herramienta necesaria para incrementar la capacidad de crear riqueza en la empresa, porque permite fabricar mejor un producto o servicio.

### 5.1. Selección de proveedores:

- 5.1.1. Selección y búsqueda de proveedores.
- 5.1.2. Directrices generales petición de ofertas:
  - 5.1.2.1. Cuaderno de cargas o especificaciones.
  - 5.1.2.2. Formalización y documentación para la auditoría.

### 5.2. Homologación y evaluación de proveedores:

- 5.2.1. Ponderación a los proveedores.
- 5.2.2. Homologación de proveedores.
- 5.2.3. Proceso de homologación.
- 5.2.4. Evaluación de proveedores:
  - 5.2.4.1. Desempeño de proveedores.
  - 5.2.4.2. Periodicidad de la evaluación.
  - 5.2.4.3. Especificaciones.
  - 5.2.4.4. Mejora del precio de los productos.

### 5.3. Análisis de riesgo de proveedores.

# Dirección de Compras y Negociación con Proveedores

## MÓDULO 6. Calidad, auditoría y normas ISO

14 horas

Es fundamental que todos los proveedores sean calificados de acuerdo con los requerimientos del sistema de calidad y con la estructura organizativa que tenga la empresa. Una auditoría de calidad de proveedores garantiza que la cadena de suministro sea confiable y que esté alineada con los objetivos de calidad perseguidos por la organización.

### 6.1. Calidad y auditorias en el proceso de compras.

#### 6.2. Implantación de un sistema de calidad:

6.2.1. Principios para asegurar la calidad en las entregas.

6.2.2. Desarrollar un programa de calidad:

6.2.2.1. Fases para implementar un sistema de gestión de calidad.

6.2.3. Diseño, validación y aprobación del proceso:

6.2.3.1. Matrices RACI.

6.2.4. Control y calidad de las entregas:

6.2.4.1. Control proveedores.

6.2.4.2. Control recepción materias primas.

6.2.4.3. Control no conformidades.

6.2.4.4. Acciones preventivas y correctivas.

6.2.4.5. Control de los registros de calidad.

6.2.5. Gestionar un cambio de proveedor.

6.2.6. Implantar un sistema de gestión de la calidad.

6.2.7. Relación entre cliente y proveedor.

6.2.8. La externalización y subcontratación.

#### 6.3. Normalización, certificación, normas ISO:

6.3.1. Normalización.

6.3.2. Certificación.

6.3.3. Homologación.

6.3.4. Inspección y control.

6.3.5. Normas ISO en compras.

6.3.6. Normativa europea UNE15896-16: gestión de valor añadido.

## MÓDULO 7. Política de compras, economía circular y CSR

4 horas

7.1. Política de compras.

7.2. Economía circular.

7.3. Reducción de huella de carbono.

7.4. CSR: Responsabilidad Social Corporativa.

# Dirección de Compras y Negociación con Proveedores

## 7.5. Nueva ley de envases y embalajes de un solo uso:

### 7.5.1. Envases y embalajes plásticos.

# Dirección de Compras y Negociación con Proveedores

## Autor



### Zoila Arroyo

Diplomada en Ciencias Empresariales. Máster en Distribución Comercial. Purchasing Training EIPM en la Escuela de Compras de Ginebra cuenta con amplia experiencia en compras, en el ámbito de búsqueda de proveedores, análisis y negociación de ofertas, normalización y documentación integral de proveedores y gestión de categorías de compras.

## 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.

