

FORMACIÓN E-LEARNING

Curso Online de Category Management en Compras

→ Métodos y herramientas para desarrollar familias de compras, analizar situaciones de riesgo y generar planes estratégicos de compra a corto y medio plazo.

ARGENTINA

(54) 1159839543

BOLÍVIA

(591) 22427186

(591) 70695490

COLOMBIA

(57) 15085369

CHILE

(56) 225708571

COSTA RICA

(34) 932721366

EL SALVADOR

(503) 21366505

MÉXICO

(52) 5546319899

PERÚ

(51) 17007907

PANAMÁ

(507) 8513

PUERTO RICO

(1) 7879457491

REPÚBLICA DOMINICANA

(1) 8299566921

URUGUAY

(34) 932721366

VENEZUELA

(34) 932721366



Llamada Whatsapp

(34) 601615098

Initiativas Empresariales
| estrategias de formación

**MANAGER
BUSINESS
SCHOOL**

attcliente@iniciativasempresariales.edu.es

america.iniciativasempresariales.com

ARGENTINA - BOLÍVIA - COLOMBIA - COSTA RICA - CHILE - EL SALVADOR - MÉXICO
PANAMÁ - PERÚ - PUERTO RICO - REPÚBLICA DOMINICANA - URUGUAY - VENEZUELA - ESPAÑA



Presentación

En el portafolio de compras de cada empresa identificamos las categorías que son estratégicas para el negocio. Para estas categorías será necesario construir un plan para su gestión de compras a corto y medio plazo, con una estrategia de categoría y proveedores diferenciada y desplegada mediante un plan de acciones.

El Category Management es un método estructurado para analizar de forma diferencial cada categoría de compra y generar un plan estratégico para gestionarla de forma eficiente. Convierte la gestión de compras en un business management del gasto estratégico de la empresa.

Este curso está planteado para transmitir a los compradores de categorías las herramientas y metodologías necesarias para desarrollar familias de compra, analizar estrategias y situaciones y perspectivas de los mercados de materias, materiales y servicios, evaluar las situaciones de riesgo y tomar las decisiones de compra más adecuadas.

Como resultado de este programa de formación, los alumnos deberán ser capaces de formalizar un Category Plan completo, documento base para el desarrollo de su gestión de categorías y su gestión de proyectos. Este documento le permitirá gestionar su comunicación tanto interna (con I&D, MKT, DG etc.) como externa (mercados de proveedores).

La Educación On-line

Tras 15 años de experiencia formando a directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales presenta 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.

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

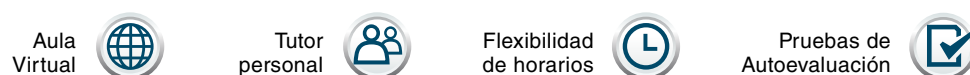
- La posibilidad de escoger el momento y lugar más adecuado.
- Interactuar con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
- Trabajar con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.
- Aumentar sus capacidades y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en este curso.

Método de Enseñanza

El curso se realiza on-line a través de la plataforma *e-learning* de Iniciativas Empresariales que permite, si así lo desea, descargarse los módulos didácticos junto con los ejercicios prácticos de forma que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta.

A cada alumno se le asignará un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

El curso incluye:



Contenido y Duración del Curso

El curso tiene una duración de 50 horas y el material didáctico consta de:

Manual de Estudio

Corresponde a todas las materias que se imparten a lo largo de los 7 módulos de formación práctica de que consta el curso Category Management en Compras.

Material Complementario

Incluye ejemplos, casos reales, tablas de soporte, etc. sobre la materia con el objetivo de ejemplificar y ofrecer recursos para la resolución de las problemáticas específicas del category management en compras.

Ejercicio práctico del curso

Para aplicar de forma práctica los conceptos y métodos aprendidos durante el curso mediante la confección de un Plan Estratégico de Gestión de una Categoría de Compras que sea un caso real y de fácil implantación en una empresa.

Pruebas de Autoevaluación

Para la comprobación práctica de los conocimientos que Ud. va adquiriendo.



Este curso le permitirá saber y conocer:

- En qué consiste el Category Management y cuál es su importancia estratégica.
- Cómo segmentar el gasto en categorías según las normas y criterios del mercado donde se compra.
- En cuántas fases se divide un Category Plan.
- Cómo poner en marcha en su empresa un proceso de Category Management.
- Qué entendemos por socio interno. Roles y responsabilidades.
- Cómo analizar las perspectivas de los mercados de compra.
- Cómo pasar de ser un gestor de urgencias a un generador de margen para el negocio.
- Cómo determinar nuestro poder de compra en el mercado para establecer nuestra mejor estrategia.
- De qué metodologías y herramientas disponemos para analizar la categoría de compras dentro del marco de nuestra empresa.
- Cómo evaluar situaciones de riesgo y tomar decisiones de compra adecuadas.
- Cómo se diseña y construye la estrategia para cada categoría.
- Qué inputs debemos utilizar para la construcción de una estrategia de proveedores.

Descubra los beneficios que la gestión por categorías de compra puede aportar a su empresa.

Dirigido a:

Directores y Responsables de los Departamentos de Compras. Ejecutivos de Compras que deban preparar y formar al resto del departamento, así como a cualquier otro ejecutivo involucrado en la política de compras de la empresa y que deseen ampliar o profundizar en el conocimiento de la metodología del Category Management.

Contenido del curso

→ MÓDULO 1. Introducción al Category Management

5 horas

El *Category Management* es un método estructurado para analizar de forma diferencial cada categoría de compra y generar un plan estratégico para gestionarla de forma eficiente.

El curso está planteado para transmitir a los compradores de categorías las herramientas y metodologías necesarias para desarrollar familias de compras, analizar estrategias, situaciones y perspectivas de los mercados, evaluar las situaciones de riesgo y tomar las decisiones de compra más adecuadas.

1.1. ¿Qué es el Category Management?

1.2. La evolución de los modelos de gestión de compras:

- 1.2.1. La gestión del gasto.
- 1.2.2. La gestión de la categoría.
- 1.2.3. La gestión del valor.

1.3. Los principios del Category Management.

1.4. Las etapas del Category Management.

→ MÓDULO 2. Visión de la categoría

6 horas

Cuando se acomete un proyecto de Category Management lo primero que hay que hacer es conocer con detalle la historia de la categoría ya que ello nos aportará datos básicos para acometer el proyecto.

2.1. Resumen histórico de la categoría:

- 2.1.1. Origen de los proveedores.
- 2.1.2. Hechos relevantes recientes en el mercado de proveedores y en interno.
- 2.1.3. Contratos existentes con proveedores y los acuerdos históricos no escritos.

2.2. Los socios internos de la categoría:

- 2.2.1. Los socios históricos y los nuevos socios a integrar.
- 2.2.2. Definiciones de roles y responsabilidades de cada socio interno.

2.3. Análisis del gasto:

- 2.3.1. La captura de datos sobre el gasto en la empresa.

Contenido del curso

2.3.2. Formas de clasificar el gasto: por familia, por ítem, por proveedor, por país, por divisa.

2.3.3. El análisis ABC. La regla 80/20.

2.3.4. Histórico del gasto. Estacionalidades. Tendencias futuras.

2.3.5. Gasto gestionable vs gasto no gestionable.

2.3.6. El modelo organizativo de compras y el acuerdo sobre el perímetro del gasto gestionable.

2.4. Panel actual de proveedores:

2.4.1. ¿Qué es el panel actual de proveedores?

2.4.2. Análisis mediante la matriz de Kraljic.

2.4.3. Evaluación del panel actual de proveedores: calidad, coste, plazo, innovación.

2.4.4. Segmentación del panel actual de proveedores.

→ MÓDULO 3. Visión del mercado de proveedores

6 horas

En este punto lo primero a realizar para poder conocer el mercado de los proveedores será efectuar una investigación exhaustiva para determinar su estado y su posible evolución. Esto nos guiará en cómo gestionar la categoría a través de reconocer las fuerzas críticas del mercado.

3.1. Investigación externa:

3.1.1. Cómo desarrollar este proceso.

3.1.2. Los factores clave.

3.1.3. Fuentes de información.

3.1.4. Ejemplos de investigación externa.

3.1.5. Ejemplos de investigación interna.

3.2. Análisis de las 5 fuerzas:

3.2.1. Las 5 fuerzas y la competencia industrial.

3.2.2. Las 7 barreras de entrada y la ventaja competitiva.

3.2.3. Determinar nuestro poder de compras.

3.2.4. Las tácticas para mejorar nuestra posición.

3.2.5. Construir las estrategias en función de nuestro poder.

3.2.6. Ejemplo de análisis de las 5 fuerzas.

Contenido del curso

→ MÓDULO 4. Análisis de la categoría

6 horas

En este módulo conoceremos de qué herramientas disponemos para analizar la categoría de compra dentro del marco de nuestra empresa.

4.1. DAFO de la categoría:

- 4.1.1. Factores fortaleza / debilidad relacionados empresa / categoría.
- 4.1.2. Factores amenaza / oportunidades externas que impactan categoría.
- 4.1.3. Cómo se construye un DAFO.
- 4.1.4. Ejemplos de análisis DAFO.

4.2. Key Business Drivers / QCTTT:

- 4.2.1. Qué nos permiten.
- 4.2.2. Qué áreas del negocio impactan o impactarán en la categoría.
- 4.2.3. Ejemplos de Key Business Drivers.

4.3. Modelo TCO (Coste Total de Adquisición):

- 4.3.1. Qué es el TCO y cuál es su propósito.
- 4.3.2. Cómo construir un TCO.
- 4.3.3. Ejemplos de TCO.

4.4. La gestión de riesgos:

- 4.4.1. Plan de mitigación de riesgos:
 - 4.4.1.1. Los conceptos y las etapas.
 - 4.4.1.2. Construir una matriz cuantitativa de riesgos.
 - 4.4.1.3. Los tipos de riesgos.
 - 4.4.1.4. El plan de mitigación de riesgos.
 - 4.4.1.5. Ejemplos de planes de mitigación de riesgos.
- 4.4.2. Gestión de la cautividad o riesgo proveedores:
 - 4.4.2.1. Las estrategias de gestión de la cautividad.
- 4.4.3. Otros riesgos.

Contenido del curso

→ MÓDULO 5. Estrategia de la categoría y los proveedores

6 horas

La última parte de un Category Plan incluye la estrategia de la categoría, desplegada en un plan de acciones con impactos económicos cuantificados, y la estrategia de proveedores, condicionada por la primera y con una planificación temporal detallada.

5.1. Estrategia de la categoría:

- 5.1.1. Cuál es el propósito.
- 5.1.2. Cómo construir la estrategia de una categoría.
- 5.1.3. ¿Qué inputs utilizamos?
- 5.1.4. Cuál debe ser el output.
- 5.1.5. Cómo se esquematiza y presenta.
- 5.1.6. Ejemplos de estrategias para categorías.

5.2. Estrategia de proveedores:

- 5.2.1. Cuál es el propósito.
- 5.2.2. Cómo se construye la estrategia de proveedores.
- 5.2.3. ¿Qué inputs utilizamos?
- 5.2.4. Cuál debe ser el output.
- 5.2.5. Cómo se esquematiza y presenta.
- 5.2.6. Ejemplos de estrategias de proveedores.

5.3. Gestión del cambio con los socios internos:

- 5.3.1. Cuál es el propósito.
- 5.3.2. Cuáles son las etapas para la alineación de los socios internos en la gestión del cambio.
- 5.3.3. Qué inputs utilizamos.
- 5.3.4. Cuál debe ser el output.
- 5.3.5. La matriz RACI:
 - 5.3.5.1. Definiciones utilizadas en la matriz RACI.
 - 5.3.5.2. Cómo se representa.
 - 5.3.5.3. Ejemplos.

Contenido del curso

→ MÓDULO 6. Implantación efectiva del Category Management

6 horas

¿Qué pasos deberemos seguir para una implantación efectiva del Category Management en nuestra organización?

6.1. Cómo empezar con el Category Management:

- 6.1.1. El desafío.
- 6.1.2. Qué etapas previas debemos tener listas.
- 6.1.3. La categorización y el análisis matricial.

6.2. Por dónde empezar:

- 6.2.1. Cómo identificar las categorías clave.

6.3. La importancia del seguimiento al implantar un Category Plan:

- 6.3.1. Las etapas de transición.
- 6.3.2. El proceso de seguimiento en la implantación.

6.4. Cómo gestionar la organización:

- 6.4.1. Impacto en la organización de compras.
- 6.4.2. Gestionar los obstáculos.

6.5. Expresar los resultados.

→ Ejercicio práctico del curso

15 horas

Autores

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso Category Management en Compras han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:

→ Jordi Civit

Asesor y formador en Gestión Estratégica de Compras con gran experiencia en puestos de dirección del área tanto en empresas nacionales como multinacionales del sector de alimentación, farmacia y distribución.

→ Jesús Cabañas

Ingeniero Superior Industrial. Ha ocupado puestos en las áreas de Logística, Compras y Calidad de Proveedores en empresas multinacionales del sector químico, de automoción y energías renovables. Experiencia como formador en cursos in company del European Institute of Purchasing Management sobre temas de compras.

→ Martial Gimenez

Ingeniero Industrial. Ha trabajado en I+D, en Compras y en Operaciones en Empresas del sector automoción, químico y actualmente en energías renovables. Colabora con distintas instituciones como formador en temas de compras.

Los autores y su equipo de colaboradores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

Titulación

Una vez realizado el curso el alumno recibirá el diploma que le acredita como **experto en Category Management en Compras**. Para ello, deberá haber cumplimentado la totalidad de las pruebas de evaluación que constan en los diferentes apartados. Este sistema permite que los diplomas entregados por Iniciativas Empresariales y Manager Business School gocen de garantía y seriedad dentro del mundo empresarial.

