



## Curso Online de **Lean Purchasing: la gestión de la relación con el proveedor como activo de la estrategia de empresa**

*Cómo aplicar la metodología Lean a la gestión de la cadena de suministro para crear valor.*

**ARGENTINA**  
(54) 1159839543

**BOLÍVIA**  
(591) 22427186

**COLOMBIA**  
(57) 15085369

**CHILE**  
(56) 225708571

**COSTA RICA**  
(34) 932721366

**EL SALVADOR**  
(503) 21366505

**MÉXICO**  
(52) 5546319899

  
Iniciativas Empresariales  
*| estrategias de formación*

  
MANAGER  
BUSINESS  
SCHOOL

attcliente@iniciativasempresariales.edu.es  
america.iniciativasempresariales.com  
Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp  
(34) 601615098

**PERÚ**  
(51) 17007907

**PANAMÁ**  
(507) 8338513

**PUERTO RICO**  
(1) 7879457491

**REP. DOMINICANA**  
(1) 8299566921

**URUGUAY**  
(34) 932721366

**VENEZUELA**  
(34) 932721366

**ESPAÑA**  
(34) 932721366

# Lean Purchasing: la gestión de la relación con el proveedor como activo de la estrategia de empresa

## Presentación

El concepto Lean es cada vez más importante en todas las áreas de la empresa; debemos eliminar los despilfarros que podamos encontrar en cualquiera de los procesos de la organización.

Sin embargo, en entornos cada vez más cambiantes y donde cada vez estamos más integrados con la cadena de suministro (proveedores), no conseguiríamos ser completamente lean si no lo aplicáramos en la función de compras.

Aunque estemos tratando con personas y procesos que no son parte de la compañía, en sentido estricto, deberemos aplicar los mismos conceptos de Lean que aplicaríamos a las personas y procesos internos. Si queremos que toda nuestra empresa sea lean, la cadena de suministro es pieza clave. Es por esto que la confianza en los proveedores y en la robustez de sus procesos es clave; no podemos revisar todo lo que ellos hacen y nos entregan, deberemos evaluarlos y auditarlos dándoles las aprobaciones necesarias.

Este curso le permitirá conocer y aplicar los principales conceptos del *Lean Purchasing* a cualquier empresa de una manera didáctica y amable. De este modo, al finalizarlo podrá llevar a cabo una completa implementación de este modelo, sea cual sea el tipo de empresa. Todo ello de forma completamente práctica y con numerosos ejemplos para un mejor entendimiento.

## La Educación On-line

Con más de 25 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.

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

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

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 este curso.

4 *Trabajar* con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.

# Lean Purchasing: la gestión de la relación con el proveedor como activo de la estrategia de empresa

## 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** distribuidas en 6 módulos de formación práctica.

El material didáctico consta de:

### Manual de Estudio

Los 6 módulos contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

### Material Complementario

Cada uno de los módulos contiene material complementario que ayudará al alumno en la comprensión de los temas tratados. Encontrará también ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

# Lean Purchasing: la gestión de la relación con el proveedor como activo de la estrategia de empresa

## Este curso le permitirá saber y conocer:

---

- Cuáles son los conceptos principales del Lean Manufacturing para ver el encaje del Lean Purchasing.
- Cómo aplicar los principales conceptos del Lean Purchasing en cada uno de los procesos de la compañía.
- Cómo priorizar, dentro de las diferentes familias de compra, la implementación de la nueva forma de gestionar proveedores dentro de nuestra cadena de suministro.
- Cómo aplicar la matriz de Kraljic para definir la relación que tendremos con los diferentes grupos de proveedores.
- Cómo aplicar el VSM (Value Stream Mapping) en la implementación del modelo de Lean Purchasing.
- Qué factores debemos tener en cuenta en la selección de proveedores.
- Qué beneficios económicos y organizativos tiene la implantación del Lean Purchasing tanto dentro de la propia empresa como en los suministradores.
- Cómo enfocar un proceso de aprobación de proveedores. Qué ventajas tiene para el cliente. Y para el proveedor.
- Cómo identificar a nuestros proveedores estratégicos.
- Cómo reflejar contractualmente la nueva relación con nuestra cadena de suministro.
- Cómo gestionar los riesgos dentro del modelo.
- Qué indicadores clave debe incluir todo modelo de Lean Purchasing.

“ El *Lean Purchasing* le permitirá fortalecer la relación con sus proveedores de forma eficiente ya que le permitirá conocer dónde y en qué podemos ahorrar”

## Dirigido a:

---

Directores y Responsables de los Departamentos de Compras y Operaciones, Técnicos Financieros así como a cualquier persona involucrada en la política de compras de su empresa que desee ampliar o profundizar en el conocimiento de la metodología de los proyectos de compras.

# Lean Purchasing: la gestión de la relación con el proveedor como activo de la estrategia de empresa

## Contenido del Curso

### MÓDULO 1. El Lean Purchasing dentro del modelo de Lean Manufacturing

10 horas

El Lean Manufacturing es una de las claves para la gestión competitiva de una empresa. Normalmente se aplica en la parte productiva de la compañía pero en este curso veremos cómo se puede aplicar a cualquier función de la empresa, en especial a la función de compras y cadena de suministro.

#### 1.1. Introducción al Lean Manufacturing:

- 1.1.1. ¿Por qué es necesario ser competitivo?
- 1.1.2. De la artesanía a la producción en masa.
- 1.1.3. Pero esto no vale en el mercado actual.
- 1.1.4. Comparación entre artesanía, producción en masa y producción ajustada.
- 1.1.5. Principios básicos de la competitividad:
  - 1.1.5.1. El cliente es el rey.
  - 1.1.5.2. Empresa basada en procesos.
  - 1.1.5.3. Innovación y mejora continua.
  - 1.1.5.4. Conocimiento de las personas.
- 1.1.6. La cadena de valor:
  - 1.1.6.1. Tipos de despilfarro.
  - 1.1.6.2. Lead time vs stocks.
  - 1.1.6.3. Conceptos de Lean Manufacturing.

#### 1.2. La cadena de suministro:

- 1.2.1. Actividades para la gestión de la Cadena de Suministro.
- 1.2.2. Terminología.
- 1.2.3. Historia.
- 1.2.4. Evolución.
- 1.2.5. Diferencias entre sectores.
- 1.2.6. Enfoques posibles.
- 1.2.7. Tipo de producto.
- 1.2.8. Series de fabricación.
- 1.2.9. Tipo de proveedores.
- 1.2.10. Tiempo – Servicio – Coste.

#### 1.3. El modelo fuera de la empresa pero dentro de la cadena de valor:

- 1.3.1. Fuera de la empresa pero dentro de la organización.
- 1.3.2. Estrategia Make or Buy.
- 1.3.3. Estrategia de subcontratación de actividades.

#### 1.4. Principales beneficios del modelo.

- 1.5. ¿Cómo vender el modelo en la organización?

# Lean Purchasing: la gestión de la relación con el proveedor como activo de la estrategia de empresa

## MÓDULO 2. Conceptos principales de Lean Purchasing

8 horas

Como primer paso a la implementación del modelo debemos cambiar nuestro paradigma sobre los proveedores, de forma que éstos pasen a ser un activo importante para la estrategia de toda empresa. Para ello es clave que cambiemos la forma que tenemos de relacionarnos con ellos y de cómo les planteamos los nuevos proyectos.

### 2.1. Los proveedores como socios a largo plazo:

- 2.1.1. Adiós a los “Quick Wins”.
- 2.1.2. Los proveedores son parte de la estrategia: el plan de suministro.
- 2.1.3. Gestión de proveedores por TODA la empresa.
- 2.1.4. La flexibilidad o el reparto del “market share”.

### 2.2. La ingeniería concurrente:

- 2.2.1. Cuando un producto es demasiado costoso o lento de diseño.
- 2.2.2. Los interfaces y la congelación de diseños.
- 2.2.3. El control y seguimiento.
- 2.2.4. Niveles de ingeniería concurrente.

### 2.3. La compra de subconjuntos y servicios de valor añadido:

- 2.3.1. Productos complejos necesitan soluciones sencillas pero eficaces.
- 2.3.2. La selección de proveedores: factores a tener en cuenta.
- 2.3.3. El control y el seguimiento: el modelo de costes.
- 2.3.4. De la primera pieza a la industrialización: la curva de aprendizaje.
- 2.3.5. Las iniciativas de reducción de coste.

### 2.4. El modelo y la gestión de riesgos.

### 2.5. El modelo y el e-purchasing (el portal de proveedores):

- 2.5.1. Confianza y rapidez en la relación.
- 2.5.2. Evitar el error humano.
- 2.5.3. Estandarizar la relación, pero con flexibilidad.
- 2.5.4. Elementos principales de un portal.

### 2.6. Los socios de riesgo y beneficio:

- 2.6.1. Razones que explican esta figura.
- 2.6.2. Socio de riesgo y beneficio vs subcontratista.
- 2.6.3. Obligaciones y derechos del socio de riesgo y beneficio.
- 2.6.4. Concepción de negocio largo plazo.
- 2.6.5. Capacidad financiera necesaria.

# Lean Purchasing: la gestión de la relación con el proveedor como activo de la estrategia de empresa

## MÓDULO 3. Paso de una relación de negociación a una relación de colaboración

8 horas

Este módulo analiza los beneficios económicos y organizativos de la implantación del Lean Purchasing tanto dentro de la propia empresa como a nivel de los suministradores.

### 3.1. Relación clásica cliente – proveedor:

- 3.1.1. Relación win-loss.
- 3.1.2. Corto plazo.
- 3.1.3. Todo se negocia, pero se quiere ganar en todo: la no cesión.

### 3.2. Relación de mutua confianza Win-Win:

- 3.2.1. Todos ganan.
- 3.2.2. Transparencia.
- 3.2.3. Reducción de precio basada en la reducción de coste.

### 3.3. De la negociación al acuerdo de colaboración a largo plazo:

- 3.3.1. Primero pequeñas colaboraciones.
- 3.3.2. El acuerdo de suministro.
- 3.3.3. El acuerdo de colaboración a largo plazo.
- 3.3.4. Ventajas para el cliente.
- 3.3.5. Ventajas para el proveedor.

### 3.4. Eficiencia en la cadena de valor: sin controles pero sin perder el control

- 3.4.1. La calidad se fabrica también en el proveedor.
- 3.4.2. Procesos robustos harán productos de calidad.
- 3.4.3. Confianza en lo que hace el proveedor.
- 3.4.4. Investigación de los escapes de calidad.
- 3.4.5. Penalizaciones en caso de escapes de calidad.

### 3.5. Plasmación en un contrato de la nueva relación:

- 3.5.1. El acuerdo de confidencialidad.
- 3.5.2. Las cláusulas.
- 3.5.3. Lo imprescindible en un contrato:
  - 3.5.3.1. Ámbito del acuerdo.
  - 3.5.3.2. Precios y condiciones.
  - 3.5.3.3. Desempeño y calidad.
  - 3.5.3.4. Responsabilidad ante eventos.
  - 3.5.3.5. Garantías.
  - 3.5.3.6. Competitividad y mejora continua.
  - 3.5.3.7. Cómo terminar el acuerdo y duración.
  - 3.5.3.8. Seguros.
  - 3.5.3.9. Ley aplicable y jurisdicción.

# Lean Purchasing: la gestión de la relación con el proveedor como activo de la estrategia de empresa

## MÓDULO 4. La aprobación del proveedor para poder formar parte del Lean Purchasing

8 horas

La aprobación va a ser la herramienta más fiable para trabajar con un proveedor. En algunos sectores es un requisito imprescindible, pero en otros supone entrar a formar parte de un grupo de proveedores que reciben un mejor trato por parte del cliente.

El aprobar hará que estemos más seguros de que el producto que vamos a recibir va a ser lo que necesitamos para poder responder a las necesidades que le trasladamos al proveedor.

### 4.1. Por qué aprobar:

- 4.1.1. ¿A quién debemos extender este modelo?
- 4.1.2. Ventajas de la aprobación.
- 4.1.3. ¿Cómo trabajar con los proveedores aprobados?
- 4.1.4. ¿Qué debemos aprobar?
  - 4.1.4.1. El sistema de calidad.
  - 4.1.4.2. Los procesos críticos.
  - 4.1.4.3. Gestión de su cadena de suministro.

### 4.2. La auditoría:

- 4.2.1. Qué es.
- 4.2.2. ¿Cuándo empieza? ¿Cuándo termina?
- 4.2.3. Qué contiene.
- 4.2.4. Dónde se hace.
- 4.2.5. Quién la hace.
- 4.2.6. Normativas Internacionales, ISO o requisitos de clientes.

### 4.3. La aprobación:

- 4.3.1. Qué es.
- 4.3.2. ¿Cuándo podemos dar a un proveedor por aprobado?
- 4.3.3. Las consideraciones éticas: Compliance.
- 4.3.4. La aprobación no es un fin, sino el principio de algo.

### 4.4. El control estadístico:

- 4.4.1. Aprobación no significa falta de control.
- 4.4.2. Qué es.
- 4.4.3. Ventajas.

### 4.5. El proveedor “Gold”:

- 4.5.1. Qué es.
- 4.5.2. Ventajas.
- 4.5.3. Pueden ser todos los proveedores “Gold”.
- 4.5.4. Mantenimiento del proveedor “Gold”.

# Lean Purchasing: la gestión de la relación con el proveedor como activo de la estrategia de empresa

## MÓDULO 5. Implementación del modelo de Lean Purchasing

8 horas

### 5.1. Selección de familias de compra:

- 5.1.1. Qué es una familia de compra.
- 5.1.2. Dónde aplicar el modelo.
- 5.1.3. Dónde no aplicar el modelo.
- 5.1.4. ¿Cómo analizar una familia de compra?

### 5.2. Value Stream Mapping:

- 5.2.1. Elementos clave del Value Stream Mapping.

### 5.3. Marketing de Compras: elección de los proveedores

- 5.3.1. La matriz de Kraljic.
- 5.3.2. Los proveedores estratégicos.
- 5.3.3. Los integradores de productos o servicios.

### 5.4. Cómo acordar con los proveedores:

- 5.4.1. Cambio de paradigma en toda la empresa.
- 5.4.2. Acordar con confianza, pero con paracaídas.

### 5.5. La prueba piloto:

- 5.5.1. ¿Por qué tipo de proveedor comenzar?
- 5.5.2. ¿Cómo medir los resultados?
- 5.5.3. ¿Cómo decidir si seguimos adelante o no?

### 5.6. La extensión del modelo a toda la cadena de suministro:

- 5.6.1. Estar seguros que la prueba ha ido bien.
- 5.6.2. Seguir paso a paso: el Plan.
- 5.6.3. Controlar y corregir.

### 5.7. La sincronización entre la cadena de suministro interna y externa:

- 5.7.1. ¿Qué tiene que cambiar internamente?
- 5.7.2. ¿Por qué tiene que cambiar?
- 5.7.3. ¿Cómo convencer a nuestros compañeros?

# Lean Purchasing: la gestión de la relación con el proveedor como activo de la estrategia de empresa

## MÓDULO 6. Control y seguimiento del modelo: PDCA

8 horas

El ciclo PDCA es una estrategia de mejora continua de la calidad en cuatro pasos. Sus resultados permiten a las empresas una mejora integral de la competitividad, de los productos y servicios, de la calidad, reduciendo costes, optimizando la productividad, reduciendo los precios, incrementando la participación del mercado y aumentando la rentabilidad de la empresa.

### 6.1. Los KPI'S:

- 6.1.1. Qué son los KPI'S.
- 6.1.2. Para qué sirven.
- 6.1.3. ¿Qué deben incluir siempre?
  - 6.1.3.1. Servicio.
  - 6.1.3.2. Calidad del producto.
  - 6.1.3.3. Calidad del proceso.
  - 6.1.3.4. Nivel de industrialización.
  - 6.1.3.5. Situación de las iniciativas de ahorro.

### 6.2. Las revisiones periódicas de negocio:

- 6.2.1. Qué son.
- 6.2.2. Cada cuánto se hacen.
- 6.2.3. Quién asiste.
- 6.2.4. Agenda.

### 6.3. La competitividad en el mercado:

- 6.3.1. Qué es.
- 6.3.2. Cómo se asegura.
- 6.3.3. Cómo se mide.

### 6.4. La competitividad y las escalaciones de precios:

- 6.4.1. Qué son las escalaciones de precios.
- 6.4.2. Por qué nos quitan competitividad.
- 6.4.3. Cuándo pueden estar permitidas.

### 6.5. La resolución del contrato:

- 6.5.1. Qué es.
- 6.5.2. Cuándo se aplica.
- 6.5.3. Consecuencias.
- 6.5.4. Formas de hacerlo.

### 6.6. La extensión del contrato:

- 6.6.1. Qué es.
- 6.6.2. Cuándo empezar a negociarla.
- 6.6.3. Fecha límite de negociación.
- 6.6.4. Cautividad temporal de un proveedor.

# Lean Purchasing: la gestión de la relación con el proveedor como activo de la estrategia de empresa

## Autor

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



### Jon Patxi Rodrigo

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas y Máster en Dirección Aplicada por la Deusto Business School. Máster en Operaciones Industriales por Mondragón Unibertsitatea. Cuenta con más de 15 años de experiencia en el mundo de las compras, la logística y las operaciones en general en empresas multinacionales de diferentes sectores tratando siempre con proveedores de todo el mundo.

El autor y el equipo de tutores 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 finalizado el curso de forma satisfactoria, el alumno recibirá un diploma acreditando la realización del curso **LEAN PURCHASING**.

