

# FORMACIÓN E-LEARNING

## Curso Online de La Gestión de Compras en Contextos Adversos y Cambiantes

→ Nuevos estilos e iniciativas de gestión de compras para hacer frente a la adversidad.

### 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



  
Iniciativas Empresariales  
*| estrategias de formación*



[attcliente@iniciativasempresariales.edu.es](mailto:attcliente@iniciativasempresariales.edu.es)

[america.iniciativasempresariales.com](http://america.iniciativasempresariales.com)

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



## Presentación

Este curso le permitirá comprender y dominar la función de compras en la actualidad, marcada por la complejidad y vertiginosidad que imponen la globalización, las innovaciones tecnológicas y las regulaciones económicas, entre otros factores.

Utilizar las herramientas propuestas le permitirá:

- Obtener mejores resultados con menores costos y en menos tiempo.
- Ampliar la mirada respecto a la complejidad de las compras.
- Anticipar y corregir situaciones perjudiciales.
- Desarrollar y administrar métricas que permitan anticipar decisiones.
- Generar relaciones duraderas y basadas en la confianza con sus proveedores y clientes internos.
- Convertir al área de compras en un proveedor de información relevante para la organización.

Podrá incorporar prácticas probadamente efectivas en contextos que poseen uno o varios de los siguientes factores: inflación, devaluación monetaria, regulación del mercado cambiario, regulación de las políticas de comercio exterior y fuertes presiones sindicales, entre otros.

## La Educación On-line

La formación continua es una necesidad para todo profesional que quiera estar al día en un entorno tan cambiante como el actual. La modalidad virtual de la educación a distancia es una oportunidad para ello.

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.

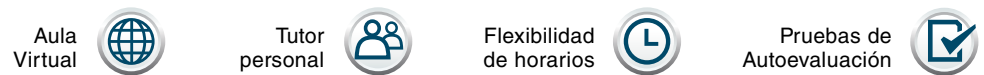


## Método de Enseñanza

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 60 horas y el material didáctico consta de:

### Manual de Estudio

Corresponde a todas las materias que se imparten a lo largo de los 6 módulos de formación práctica de que consta el curso La Gestión de Compras en Contextos Adversos y Cambiantes.

### Material Complementario

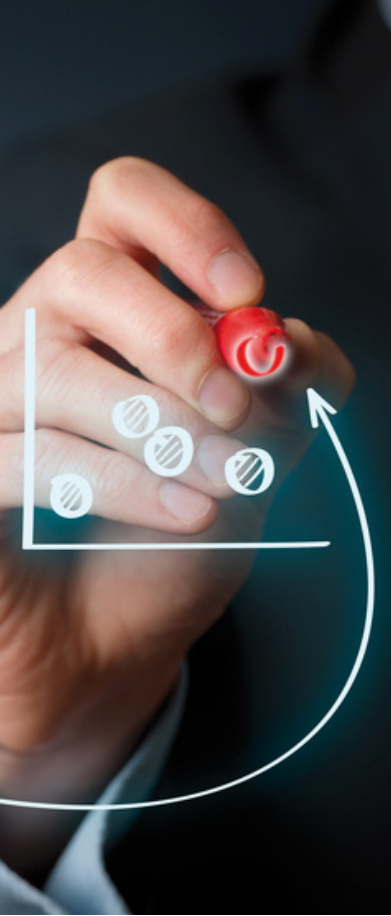
Incluye ejemplos, casos reales, tablas de soporte, etc. sobre la materia con el objetivo de ejemplificar y ofrecer recursos para la resolución de las problemáticas específicas en la función de compras en contextos adversos.

### Ejercicios de Seguimiento

Corresponden a ejercicios donde se plantean y solucionan determinados casos referentes a la función de compras en contextos adversos.

### Pruebas de Autoevaluación

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



## Este curso le permitirá saber y conocer:

- Cuáles son los principales desafíos de la función de compras en la empresa actual.
- Cómo dimensionar y gestionar el entorno y sus impactos.
- Qué entendemos por adversidad. A qué nos referimos cuando hablamos de adversidad en el contexto.
- Cuáles son los aspectos intra-organizacionales a tener en cuenta para hacer más efectiva la función de compras.
- Una metodología de trabajo orientada a brindar capacidad de acción al comprador ante imprevistos.
- De qué herramientas disponemos para potenciar la función de compras de una organización.
- Cuáles son los estándares que nos permitirán medir y mejorar la eficiencia de la función de compras.
- Cómo optimizar tiempo y costos en la función de compras.
- Cuáles son las herramientas que nos permitirán anticipar situaciones adversas.
- Cuál es la información relevante a mostrar en el área de compras.
- De qué manera debería operar la función de compras frente a los entornos adversos o cambiantes.

**Conozca cómo dimensionar y gestionar sus compras en entornos adversos.**

## Dirigido a:

Directores de Compras, Aprovisionamientos, Operaciones, Logística y, en general, a todos aquellos profesionales y directivos que estén interesados en obtener una visión moderna de la gestión de compras en contextos adversos y cambiantes.

## Contenido del curso

### → MÓDULO 1. La función de compras en la actualidad

5 horas

La compra es el acto mediante el cual se obtiene algo necesario a cambio de dinero. En este primer módulo del curso se presentan definiciones y generalidades sobre la función de compras y se presenta el enfoque sistémico de la misma.

#### 1.1. Definición de compra:

1.1.1. Algunas consideraciones adicionales.

#### 1.2. Clasificación de compras.

#### 1.3. La función de compras en la actualidad.

#### 1.4. El enfoque sistémico:

1.4.1. Definición de sistema.

1.4.2. Principales características de un sistema.

1.4.3. Aplicando el enfoque sistémico.

1.4.4. El enfoque sistémico y “el problema del cambio”:

1.4.4.1. La parábola de la rana hervida.

1.4.5. Los sistemas y la información.

1.4.6. Objetivos de la función de compras:

1.4.6.1. Asegurar el suministro.

1.4.6.2. Reducir costos.

1.4.6.3. Buscar fuentes de suministros alternativas.

1.4.6.4. Optimizar las relaciones con los proveedores.

1.4.6.5. Integrar el departamento de compras con la organización.

1.4.6.6. Asegurar la satisfacción hasta la entrega.

1.4.7. La medición de objetivos de la función de compras.

## Contenido del curso

### → MÓDULO 2. La adversidad en el contexto

5 horas

La Real Academia Española define contexto como “*entorno físico o de situación, político, histórico, cultural o de cualquier otra índole, en el que se considera un hecho*”; y adversidad como “*infortunio o situación desgraciada en que se encuentra alguien*”.

Este módulo analiza las circunstancias que consideramos más típicamente adversas.

- 2.1. Primeros conceptos: contexto y adversidad.
- 2.2. Circunstancias adversas en la empresa actual:
  - 2.2.1. Introducción.
  - 2.2.2. Las regulaciones impositivas.
  - 2.2.3. Las regulaciones al comercio internacional.
  - 2.2.4. Las agrupaciones económicas.
  - 2.2.5. La incidencia laboral-sindical.
  - 2.2.6. La convivencia de generaciones laborales.
  - 2.2.7. Distintas culturas interactuando.
  - 2.2.8. Los cambios tecnológicos.
- 2.3. La compra interpretada como un proceso que se extiende en el tiempo.
- 2.4. El signo de la adversidad.
- 2.5. La flexibilidad como valor agregado en la función de compras.

### → MÓDULO 3. Mirando hacia adentro para mirar hacia afuera

5 horas

Conocer la visión, misión, valores y objetivos de la empresa nos permite orientar los esfuerzos de compra hacia el norte que la organización nos indica.

- 3.1. Mirar adentro para mirar hacia afuera:
  - 3.1.1. Visión.
  - 3.1.2. Misión.
  - 3.1.3. Valores.
  - 3.1.4. Adhesión a la visión, misión y valores.
  - 3.1.5. Objetivos:
    - 3.1.5.1. Formulación de objetivos – Metodología SMART.

## Contenido del curso

3.2. Importancia de conocer visión, misión, valores y objetivos.

3.3. Visión, misión y valores de compras.

### → MÓDULO 4. Las distintas realidades de la función de compras

5 horas

En este módulo se desarrollan los distintos focos desde los que podemos analizar la función de compras: humano, económico, técnico y normativo.

4.1. Introducción.

4.2. La realidad humana:

4.2.1. Una forma de interpretar la realidad humana.

4.2.2. Los actos del habla:

4.2.2.1. Afirmaciones.

4.2.2.2. Declaraciones.

4.2.2.3. Juicios u opiniones.

4.2.2.4. Promesas o compromisos.

4.2.2.5. Consideraciones finales sobre actos del habla.

4.3. La realidad económica.

4.4. La realidad técnica.

4.5. La realidad normativa:

4.5.1. La matriz normativa.

### → MÓDULO 5. Estandarización de procesos

5 horas

El objetivo de la estandarización es lograr un comportamiento estable que genere productos y servicios de calidad homogénea y con bajo costo, haciendo elegible ese producto por encima del resto.

Este módulo analiza la importancia de estandarizar la función de compras.

5.1. La estandarización:

5.1.1. Lineamientos deseables para la estandarización.

## Contenido del curso

5.1.2. Aspectos clave en la estandarización efectiva.

5.1.3. Beneficios de la estandarización.

5.1.4. La estandarización y los acuerdos.

5.1.5. Estandarización de actividades.

5.1.6. Instrumentos para la estandarización:

5.1.6.1. Hojas de verificación o check list.

5.1.6.2. Procedimientos operacionales.

**5.2. Dificultades de la estandarización:**

5.2.1. El estándar deficiente.

5.2.2. Falta de capacitación en el estándar.

5.2.3. Falta de seguimiento para verificar la aplicación.

5.2.4. Negligencia de los empleados.

**5.3. La estandarización en la función de compras.**

## → MÓDULO 6. Acuerdo de nivel de servicio

5 horas

El ANS es una herramienta que permite que las partes intervinientes en un proceso de servicios lleguen a un consenso en términos de definir el nivel de servicios requerido, y de esta manera medir la gestión y establecer un parámetro de satisfacción para el cliente.

Con este módulo comprenderemos la importancia del ANS para una óptima función de compras.

**6.1. Definición de Acuerdo de Nivel de Servicios (ANS).**

**6.2. Características del ANS.**

**6.3. Beneficios del ANS.**

**6.4. Fases del proceso:**

6.4.1. Fase de obtención de información:

6.4.1.1. Quiénes participarán.

6.4.1.2. A través de qué metodología.

6.4.2. Análisis del Nivel de Servicio:

6.4.2.1. Definición de elementos a analizar.

6.4.2.2. Nivel de prioridad.

6.4.2.3. Calificación de calidad.

6.4.2.4. Matriz de decisión.



## Contenido del curso

6.4.3. Acuerdo sobre Nivel de Servicio.

**6.5. Resultados del proceso de negociación del ANS.**

**6.6. Una mirada crítica:**

6.6.1. Los contextos adversos.

### → MÓDULO 7. Objetivación de la función de compras

7 horas

Los seres humanos nos comunicamos a través del lenguaje para coordinar acciones. En este módulo veremos la aplicación de la teoría de los actos del habla como herramienta para una óptima gestión de compras.

**7.1. Los actos del habla como base de la objetivación:**

7.1.1. Actos del habla:

7.1.1.1. Afirmaciones.

7.1.1.2. Declaraciones.

7.1.1.3. Opiniones: un tipo especial de declaraciones.

7.1.1.4. Cuadro comparativo – afirmaciones y juicios.

7.1.1.5. Promesas (ofertas y pedidos).

7.1.2. Las obviedades:

7.1.2.1. Obviedades: el caso de las naranjas.

**7.2. La objetivación.**

**7.3. La objetivación en la función de compras.**

**7.4. Herramientas:**

7.4.1. La escucha:

7.4.1.1. El aporte de la escucha como herramienta de objetivación.

7.4.2. Preguntas generativas.

7.4.3. La objetivación en la función de compras, ejemplos.

7.4.4. La objetivación en las distintas realidades de la función de compras:

7.4.4.1. Objetivación para la realidad humana.

7.4.4.2. Objetivación para la realidad económica.

7.4.4.3. Objetivación para la realidad técnica.

7.4.4.4. Objetivación para la realidad normativa.

## Contenido del curso

### → MÓDULO 8. Estructura de costos y correlación con indicadores

8 horas

Conocer la estructura de costos es fundamental en la actualidad para la persona que gestiona las compras en la empresa, permite indagar con mayor profundidad en las necesidades y en el análisis de las ofertas de nuestros proveedores.

#### 8.1. Concepto de costo (o coste):

8.1.1. Costos y adversidad del entorno.

8.1.2. Clasificación de costos:

8.1.2.1. Punto de equilibrio.

8.1.2.2. Ejemplo y representación gráfica del punto de equilibrio.

#### 8.2. Estructura de costos:

8.2.1. La utilidad de establecer la estructura de costos.

#### 8.3. Indicadores:

8.3.1. Tipos de índices.

8.3.2. Los índices y la confianza.

8.3.3. Ejemplos de índices y su origen.

8.3.4. Vinculando la estructura de costos con índices:

8.3.4.1. Correlación entre el índice y el costo que representa.

8.3.4.2. Acceso a la información.

#### 8.4. Fundamentos teóricos.

#### 8.5. Aplicación a la gestión de compras:

8.5.1. Respecto de procesos ya indicados.

8.5.2. Seguimiento de la gestión de compras con índices:

8.5.2.1. La búsqueda de los valores de los índices.

8.5.2.2. Las ecuaciones objetivas.

8.5.2.3. Los gatillos.

8.5.2.4. Las modernas herramientas de cálculo.

### → MÓDULO 9. Tableros de información

7 horas

Este módulo desarrolla un tablero de control con los contenidos presentados en el curso.

#### 9.1. Dato e información:

9.1.1. Características de la información.

## Contenido del curso

### 9.2. La información en el área de compras:

#### 9.2.1. Indicadores para la estandarización de procesos:

9.2.1.1. Alcance del proceso de estandarización.

9.2.1.2. Efectividad del proceso de estandarización.

#### 9.2.2. Indicadores provenientes de procesos clave de compras:

9.2.2.1. Calidad de la recepción de necesidades.

9.2.2.2. Cumplimiento de entregas o prestación de servicio.

9.2.2.3. Calificación de proveedores.

9.2.2.4. Ajuste de tarifas.

#### 9.2.3. Indicadores para ANS:

9.2.3.1. Alcance de la ANS.

9.2.3.2. Cumplimiento de ANS.

#### 9.2.4. Indicadores para estructura de costos e índices asociados:

9.2.4.1. Alcance de la metodología: estructura de costos e índices.

9.2.4.2. Ranking de índices más utilizados.

9.2.4.3. Ranking de sensibilidad ante cambio de valor de los índices.

### 9.3. El área de compras como fuente de información financiera relevante.

## → MÓDULO 10. Integración de contenidos

8 horas

### 10.1. Las respuestas ante el problema de la adversidad.

#### 10.2. Respuestas ante la adversidad en la práctica:

10.2.1. Caso: los tornillos – planteamiento.

10.2.2. Caso: los tornillos – identificación de conceptos.

10.2.3. Caso: los tornillos – replanteamiento.

10.2.4. Caso replanteado: los tornillos – identificación de conceptos.



## Autor

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso La Gestión de Compras en Contextos Adversos y Cambiantes han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:

### → Juan Pablo Vespa

Coach Ontológico. Conferenciante y formador habitual sobre liderazgo, cuenta con una amplia experiencia como analista de Abastecimientos y Servicios en empresas del sector de la industria de la energía.

El autor 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 La Gestión de Compras en Contextos Adversos y Cambiantes**. 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.

