

Gestión de Compras y Abastecimiento

Virtual

Gestión de Compras y Abastecimientos

Acerca del programa

Comprar ha sido siempre la contracara de Vender, una función no puede existir sin la otra. Sin embargo, en el pasado, esta última obtuvo la mayor parte de la atención de quienes dirigían las empresas, así como del mundo académico que rápidamente salió a cubrir sus necesidades de formación y capacitación.

Dado que las empresas adquirían de sus proveedores mayormente materias primas e insumos, que luego transformaban en productos terminados mediante grandes aportes de valor, o sea que: “lo que se compraba era de escasa importancia frente a lo que se vendía”, este enfoque era totalmente lógico.

Acerca del programa (continuación)

Con el desarrollo de las empresas de servicios y de los proveedores de industria, se verificó que se obtenían mayores eficiencias si las empresas se enfocaban en hacer exclusivamente lo que las destacaba, y adquirían el resto de un mercado proveedor que -también enfocado- producía bienes y servicios al menor costo posible.

Las organizaciones comenzaron entonces a exigir más de sus oficinas de Compras al ser “lo que se compra tan importante como lo que se vende”. Lamentablemente, los departamentos de Compras estaban escasamente preparados para enfrentar el desafío. Dependiendo alternativamente de áreas industriales o financieras, eran vistos como áreas de soporte o meras administradoras para lograr que los materiales llegasen a los departamentos productivos.

Con la Globalización, la mayor oferta de bienes y servicios empuja los precios hacia la baja, convirtiéndolos en commodities. Gracias a Internet, se transparentan los precios en cada mercado haciendo que incrementar las ventas se vuelva todo un desafío, y que haya que volcarse a las reducciones de costo para que las empresas puedan sobrevivir.

Para asimilar este cambio que coloca a Compras como uno de los pilares estratégicos de generación de valor en la empresa, es que hemos preparado este curso.

Inicio: 20 de agosto Finalización: 10 de diciembre
Martes, de 19 a 22 hs.
3 viernes adicionales: 30/8 – 27/9 – 18/10

¿Por qué elegir Educación Ejecutiva en UADE Business School?

- Respaldo de la Fundación UADE.
- Más de 60 años enseñando gestión de negocios.
- Más de 30 años en la capacitación de líderes y ejecutivos.
- Enseñanza orientada a la aplicación de conceptos en el ámbito profesional.
- Contenidos actualizados según las últimas tendencias y el desarrollo de mejores prácticas del mercado.
- Toma de decisiones gerenciales utilizando el método del caso.
- Interacción permanente entre docentes y participantes, enriqueciendo así la experiencia de capacitación.
- Docentes con vasta trayectoria profesional y gerencial.
- Infraestructura tecnológica de primer nivel.

Nuestros Valores y Competencias

- Trabajo en Equipo.
- Integración.
- Empoderamiento.
- Responsabilidad Social.
- Transformación de la Realidad.
- Gestión del Cambio.
- Creación de Valor
- Innovación.
- Liderazgo.
- Proactividad.
- Flexibilidad.
- Actualización.
- Toma de Decisiones.
- Emprendedurismo.

¿Qué beneficios ofrece este Programa?

- Mejorar el perfil profesional.
- Obtener herramientas para alcanzar el siguiente nivel en la organización.
- Superarse personal y laboralmente.
- Apalancar el crecimiento.
- Alcanzar nuevos desafíos, proyectos y responsabilidades.
- Desarrollar el potencial creativo e innovador..

Objetivos del Programa

- Diseñar los procesos de abastecimiento más adecuados.
- Organizar eficientemente los recursos y la gestión de Compras y Abastecimiento.
- Conocer los elementos y comportamiento de los costos y de la performance de su cadena de abastecimiento.
- Manejar herramientas de negociación con clientes y proveedores.
- Manejar herramientas de medición que le permitan gerenciar los costos, las finanzas y las inversiones.
- Planificar operativa y estratégicamente la empresa, a efectos de lograr una adecuada asignación de recursos.
- Presupuestar y pronosticar el proceso, desde los puntos de vista económico, patrimonial y financiero.
- Mejorar el servicio recibido por el cliente interno, su valor y calidad.

Destinatarios

Gerentes, Jefes y Compradores de todo tipo de empresas. Responsables de áreas de Producción, Calidad, Administración, Finanzas y Control, Investigación y Desarrollo, Planeamiento Estratégico y Operativo, Planeamiento y Programación de la Producción, Abastecimiento, Compras, Distribución y Comercialización de organizaciones del sector industrial y comercial. Consultores y Dueños de empresas.

Metodología de enseñanza

- Clases sincrónicas semanales con MS Teams, de 3 horas.
- Actividades de análisis y debate colaborativo de temas (puede ser individual o grupal).
- Trabajo en Equipo con transferencia al contexto laboral o profesional.
- Lectura de capítulos de libros, artículos de publicaciones de negocios y notas técnicas.

Plan de estudio

Módulo 1 - Supply Chain Management, Gestión del Riesgo y Servicio al Cliente

Unidad 1 - Marco Mundial: la Importancia de Compras en la Gestión de la Cadena de Abastecimiento

El Complejo Mundo Actual de los Negocios. Globalización y Regionalización. Abastecimiento, Producción y Distribución globales. Mercados de Alta Competencia.

El Rol de Abastecimiento en las Organizaciones Competitivas. Estatus competitivo actual. La nueva cultura en los negocios. Las herramientas de la empresa de hoy. La Gestión de Compras y Abastecimiento como herramienta de competitividad.

Unidad 2 – La Gestión de Riesgos en la Cadena de Abastecimiento

Detección y Clasificación de los Riesgos de la cadena de abastecimiento. La protección de los activos afectados al proceso. Administración y Gerenciamiento de riesgos, seguridad preventiva, activa y pasiva. Análisis de alternativas y costos. Armado de la Matriz de Riesgos. Planes de Acción y Contingencia.

Unidad 3 – La Gestión de los Procesos Empresarios y su Impacto en la Rentabilidad

El gerenciamiento de los procesos empresarios. El concepto de rentabilidad empresarial. La rentabilidad asociada a los procesos. Estrategia de Negocio. El Supply Chain Management como herramienta de competitividad. Conceptos de SCM. Generación de Valor. Performance de Clase Mundial. Gold Standards. Benchmarking. Lean Thinking. Filosofía Just in Time. Evolución de la Gestión de Compras. Outsourcing.

Unidad 4 - Servicio de Atención al Cliente

Concepto de servicio al cliente. Identificación de los *stakeholders*, factores condicionantes internos y externos. Conceptos de Costo, Precio y Valor Percibido. Indicadores de servicio. Estrategias futuras. Caso de definición y medición de nivel del servicio.

Módulo 2 - Gestión de Compras y Contrataciones

Unidad 5 - Gestión de Compras

Distintas formas de comprar. Separación y Combinación de funciones. Relación con otros departamentos. Aspectos relativos al precio, cantidad y calidad. Clasificación de los bienes y servicios a comprar. Formularios y documentos del departamento de compras. *Outsourcing* versus *ownership*. Caso: Ariba Marketplace.

Unidad 6 - Comercio Exterior

Evaluación de ofertas mixtas. Agentes del Comercio Exterior: Despachantes de Aduana, Forwarders, Agentes de Transporte marítimo, aéreo y Terrestre. Legislación aplicable. Procesos Aduaneros: admisión temporaria y exportación temporaria. Incoterms. Importancia de los controles en origen.

Unidad 7 - Contract Management

Acuerdos y Contratos. Cómo hacer para que duren. Cuando se busca el largo plazo y por qué. Componentes. Requisitos. Responsabilidades. Ineficacia. Multas y Premios. Tipos de Contratos. Ajuste Alzado. Unidad de Medida. Contratos Combinados. “Llave en mano”. Contratos de compra-venta. Contratos de Adhesión. Contratos derivados. Soporte de Legales. Cláusulas que ayudan. Cierre de un Contrato. Consultas a Departamentos Legales. Solidaridad.

Módulo 3 - Gerenciamiento del Flujo de InBound

Unidad 8 - Gestión de Almacenes

La gestión de Almacenes. Tipos de Depósitos, metodologías de Gestión para cada uno. Estanterías y Elementos de Movimiento de Materiales, criterios de selección. Diseño de Almacenes Eficaces y Eficientes, Baricentro de un depósito. Catalogación, criterios y estándares. Control de Ingreso de Bienes, cualitativo y cuantitativo: Metrología, básculas y balanzas. Control de Inventarios, análisis y ajustes de las diferencias.

Unidad 9 - Gestión de Stocks

Sistemas de Gestión de Stocks: De Wilson al MRP: Punto de Compra y Recompra. Lote Óptimo. El impacto de los *Lead Times* de abastecimiento, producción y distribución. Criterios de gestión de riesgos, la gestión de stocks en entornos inciertos (inflación, conflictos): Del “*Just-in-time*” al “*Just-in-case*”. Gestión de Repuestos, sustitución de piezas originales análisis FODA. Matriz de selección del modelo de stocks para los diferentes materiales. Nivel de Servicio en función de la criticidad.

Unidad 10 - Responsible Sourcing

Que son las B-companies. A qué se llama “triple bottom line”. Productos Sustentables: 10 principios del Eco-diseño. La norma ISO 20400. Cambios en el Packaging. Etiqueta Sustentable. Green Procurement. Responsible Sourcing. Estrategias de Abastecimiento Verde. Sustentabilidad Logística. Green IT, como ayuda la tecnología. Recursos Humanos. Huella de Carbono. Conclusiones y Tips para una logística sustentable.

Módulo 4 - Planificación y Gestión del Abastecimiento

Unidad 11 - Organización del Departamento

Dependencias y nivel en función de su importancia. Estructuras Centralmente Dirigidas. Diferentes Modalidades de Compra. Formas de Salir al mercado. Las RFX. Selección y Evaluación de Proveedores. Introducción de variables cualitativas en la evaluación

Unidad 12 - Planificación

Gestión de Recursos. Aplicación de la Matriz de Kraljic. Importancia del Plan anual de Compras. Análisis del Gasto (Spend Analysis). Cómo desarrollar, gestionar y controlar el PAC. Urgencias y Emergencias. Caso: Matriz de Riesgo/Beneficio.

Unidad 13 - Control de Compras a través de KPI

Elaboración de Indicadores Clave de Gestión (*KPI's*). La Canasta de Compras. Factor de Cobertura. Detección de Oportunidades de capturar valor: Rotura de Paradigmas. Divulgación y Consenso: cómo reportar los logros: *Costs Reductions + Cost Avoidances*. Cómo armar Tableros en Excel, cómo hacerlos fáciles de comprender. Importancia de vender los logros.

Módulo 5 - Las Relaciones en el Proceso de Compras

Unidad 14 - Negociación en el Proceso de Compras

Negociación: la negociación externa y la interna. Rol del negociador. La negociación en la venta y en la compra. El acuerdo. Precio y oportunidad versus relación comercial e imagen. El riesgo versus el beneficio. El regateo. Fortalezas y debilidades de la negociación cara a cara, telefónica y por e-mail. *e-Procurement*, *e-Sourcing*. Subasta Reversa. Decálogo del buen Negociador. Compras de única vez y repetitivas. Acciones recomendables en situaciones de crisis.

Unidad 15 - Recursos Humanos y Compras

Perfil de los recursos humanos. Gestión del cambio y productividad. Principales indicadores. Importancia de los recursos humanos en la función. Capacitación y difusión. Búsquedas y reclutamiento de recursos. Evaluación de *performance*. Política de recompensas. Caso: definición del perfil del comprador.

Unidad 16 - Ética en los negocios

Moral y ética en los negocios. Imagen Empresaria. Códigos de Conducta. Prácticas y Estilos. Sistemas de Control y Auditoría. Políticas de Prevención. Caso: Denuncia de corrupción.

Módulo 6 - Los Costos de Abastecimiento

Unidad 17 y 18 - Los Costos de Abastecimiento

Los *drivers* de los costos de abastecimiento. Productividad versus nivel de servicio. El Costo Total de Adquisición. Los costos por cobertura de picos estacionales. Análisis gerencial del comportamiento de los costos de abastecimiento. Precios en Condiciones Inflacionarias. Las fórmulas de Ajuste. Ventajas y Limitaciones. Renegociación de Acuerdos. Los Costos de No Calidad. Caso: La Renegociación del contrato de las Fotocopiadoras.

Módulo 7 - Prácticas de Clase Mundial

Unidad 19 - Abastecimiento de Clase Mundial (World Class Performance)

Criterios para determinar si una organización califica como de clase mundial: El Gerenciamiento del Área, El Abastecimiento Estratégico y La Gestión Transaccional. Programas de Mejora. Consorcios de Compras

Unidad 20 - Metodología de Abastecimiento Estratégico (SSS)

Importancia de las técnicas y la filosofía del abastecimiento estratégico. Las 7 etapas del SSS. Análisis del Gasto. Cómo maximizar los beneficios por categoría. El armado del equipo de SSS. Resultados que se obtienen y mayores dificultades para establecer un programa de SSS.

Cuerpo docente



CORONEL, WALTER

- Profesor de Logística, Operaciones, Compras y Abastecimientos en UADE Business School.
- Master en Dirección de Empresas, IAE.
- Ingeniero Industrial, UBA.
- Coordinador del Curso de Posgrado en Logística y Cadena de Abastecimiento y de la Especialización en Logística de UADE Business School.
- Director de ABnow!-Procurement Optimizers, Consultora especializada en temas de Compras y Abastecimiento.
- Ex Presidente y Gerente General de Agrega SA, el Consorcio de Compras de ABInBev + BAT para Cono Sur.
- Ex Gerente de Compras de Cervecería Quilmes para Argentina.



TILVE, MARTÍN

- Profesor de Logística y Compras y Abastecimiento en UADE Business School
- Master en Negocios y Gestión de Empresas, Materia Biz Escuela de Negocios.
- Master Ejecutivo en Gestión Logística, Escuela de Organización Industrial (EOI), Madrid.
- Ingeniero Industrial, Fundación UADE. Posgrado en Gestión Logística, UCA. Curso de Posgrado en Logística, UADE Executive Education.
- Ha sido gerente de Abastecimiento de Aerolíneas Argentinas y Austral, antes Responsable de Operaciones y Almacenes en la misma empresa.
- Más de 20 años de experiencia laboral a escala nacional e internacional en Abastecimiento, Compras y Contrataciones.

Cuerpo docente



LÓPEZ PISANI, ANDREA

- Docente de posgrado en Liderazgo, trabajo en equipo y gestión del cambio en la UADE Business School.
- Magister en Coaching y Cambio Organizacional, USAL. International Certified Coach (ICC).
- Abogada, UBA.
- Consultora y coach para organizaciones y profesionales. Escuela Judicial de la Nación, Centro de Formación Judicial CABA.
- Conferencista. Investigadora.
- Autora de artículos de doctrina y de investigación.
- Hasta el año 2012 se dedicó durante más de 20 años a la consultoría en procesos y sistemas para áreas legales de empresas y oficinas jurídicas.

Requisitos de Admisión

- Completar la solicitud de Admisión.
- Presentar Currículum Vitae.
- Entrevista de admisión, en caso de ser requerida.

Condiciones de Certificación

Quienes cumplan con el 75% de asistencia al programa, recibirán su certificado de Participación.

Valor y forma de pago del programa

Consultar en:



posgrados@uade.edu.ar



11 6210-4814

Cursos y programas que no constituyen carreras de posgrado en los términos del Art. 39 de la Ley de Educación Superior N° 24.521 y de la Resolución Ministerial 160/11





UADE BUSINESS SCHOOL



Lima 757 / Libertad 1340 (CABA)



uade.edu.ar/sites/business-school/capitacion-ejecutiva/

