



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 desperdicios 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 Formación E-learning

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.

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

Objetivos del curso:

- Conocer los conceptos principales del Lean Manufacturing para ver el encaje del Lean Purchasing.
- Saber aplicar los principales conceptos del Lean Purchasing en cada uno de los procesos de la compañía.
- 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.
- Conocer los factores que debemos tener en cuenta en la selección de proveedores.
- Identificar los beneficios económicos y organizativos que 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.
- Identificar a nuestros proveedores estratégicos.
- Reflejar contractualmente la nueva relación con nuestra cadena de suministro.
- Conocer los indicadores clave que 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 poder 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

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 30 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

6 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.

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

6 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

6 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

4 horas

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

4 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

6 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

4 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



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.

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.

