



MCR35. Abastecimiento estratégico

Sku: PD_MCR35

Horas: 100

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Comprender los fundamentos del abastecimiento estratégico y su contribución al logro de los objetivos organizacionales.
- Diferenciar con claridad entre enfoques tácticos y estratégicos en el proceso de compras, evaluando su impacto en la cadena de suministro.
- Aplicar técnicas de análisis de gasto para identificar patrones, riesgos y oportunidades en el comportamiento de compra.
- Clasificar las categorías de gasto según su impacto operativo y su nivel de criticidad, utilizando herramientas como la matriz ABC y la matriz de Kraljic.
- Realizar un diagnóstico inicial de abastecimiento integrando criterios de Coste Total de Propiedad (TCO) y evaluación de riesgos asociados.
- Desarrollar una mirada sistémica sobre las decisiones de compra, anticipando consecuencias y fortaleciendo la función de compras como motor estratégico.
- Asumir el rol del ChainKeeper como guardián del abastecimiento, interpretando datos, gestionando categorías y tomando decisiones que protejan y optimicen la cadena de valor.
- Comprender cómo el entorno del proveedor influye en la estabilidad y sostenibilidad del abastecimiento.

- Aplicar el modelo de las 5 Fuerzas de Porter para analizar el contexto competitivo del mercado proveedor.
- Utilizar el análisis FODA para evaluar escenarios estratégicos de compra y abastecimiento.
- Identificar, segmentar y perfilar estratégicamente a los proveedores según criterios de impacto y complejidad.
- Conocer y aplicar las herramientas profesionales RFI, RFP y RFQ para estructurar procesos de selección y evaluación.
- Diseñar un radar de análisis multicapa para mapear disrupciones, oportunidades y tendencias del mercado proveedor.
- Integrar criterios técnicos, financieros y de riesgo en simulaciones de selección de proveedores.
- Desarrollar una mirada sistémica que permita anticipar riesgos y tomar decisiones informadas sobre con quién, cómo y cuándo abastecer.
- Dotar a los participantes de conocimientos teóricos y prácticos para desarrollar una estrategia de compras alineada con los objetivos del negocio, así como evaluar, seleccionar y gestionar eficazmente a los proveedores clave.
- Comprender el uso y aplicación de herramientas estratégicas como la Matriz de Kraljic y el Dutch Windmill para la clasificación del gasto en compras por categorías y en función de su impacto en el negocio y la complejidad o riesgo de suministro.
- Identificar los distintos tipos de categorías de compra (estratégicas, palanca, cuello de botella, rutinarias) y relacionarlos con decisiones específicas de gestión y negociación.
- Diferenciar entre estrategias de consolidación (reducción de proveedores para mejorar condiciones) y de colaboración (alianzas estratégicas para generar valor compartido), aplicando cada una según el tipo de proveedor.
- Reconocer los fundamentos de la negociación estratégica, diferenciándola de enfoques tácticos y aprendiendo a integrarla en el proceso de abastecimiento.
- Utilizar herramientas clave de preparación, MDO (Resultado Más Deseado), LAA (Acuerdo Menos Aceptable) y BATNA (Mejor Alternativa al Acuerdo Negociado), como base para tomar decisiones informadas durante una negociación.
- Analizar los estilos de negociación (competitivo, colaborativo, evitativo, acomodativo, Comprometido) e identificar el más adecuado según el contexto, el proveedor y los objetivos estratégicos.
- Diseñar un mapa de stakeholders (partes interesadas), evaluando su nivel de poder e influencia, y definir estrategias de abordaje para cada actor clave en el proceso negociador.

- Integrar todos los elementos de la Unidad en un caso práctico que simule una negociación estratégica real, incluyendo diagnóstico del portafolio, preparación, elección de estilo y análisis de riesgos.
- Comprender el impacto de la digitalización en la función de compras y aprovisionamiento.
- Conocer y evaluar tecnologías clave aplicables a la gestión de compras (ERP, SRM, e-Procurement, RPA, IA, Blockchain, etc.).
- Identificar oportunidades de automatización y mejora de procesos en el ciclo de compras.
- Diseñar una hoja de ruta para la transformación digital del área de compras.
- Entender el impacto de la transformación digital en la función de Compras.
- Conocer las principales tecnologías que están revolucionando el área (ERP, SRM, IA, RPA, Blockchain, etc.).
- Aprender a seleccionar e implementar herramientas digitales que generen valor en la cadena de suministro.
- Desarrollar criterios para evaluar proveedores tecnológicos y soluciones digitales.
- Comprender cómo la digitalización del ciclo de vida contractual (CLM) transforma la eficiencia, cumplimiento y trazabilidad de los contratos.
- Aplicar herramientas de automatización para alertas, vencimientos y seguimiento contractual.
- Evaluar herramientas digitales de gestión contractual (Icertis, SAP Ariba, Concord) según el contexto de la organización.
- Diseñar estrategias de gestión de proveedores (SRM) según su criticidad, impacto y desempeño.
- Implementar plataformas de evaluación y desarrollo colaborativo con proveedores clave.
- Integrar criterios ESG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza) en la toma de decisiones de compra.
- Automatizar el monitoreo de riesgos ESG y el cumplimiento normativo en la red de abastecimiento.
- Aplicar metodologías de análisis de precios y costos como TCO y Cost Breakdown.
- Utilizar herramientas de inteligencia de datos (BI, ERP, dashboards) para el control presupuestario.
- Diseñar e interpretar KPIs estratégicos en abastecimiento.

- Activar procesos de mejora continua basados en el análisis de datos.
- Desarrollar dashboards visuales y automatizados para la toma de decisiones.

CONTENIDOS

1. Diagnóstico estratégico del abastecimiento.

1.1. El abastecimiento estratégico.

1.1.1. Concepto y fundamentos.

1.1.2. Planificación a largo plazo.

1.1.3 Impacto organizacional y visión global.

1.1.4 Eficiencia operativa.

1.1.5 Datos objetivos.

1.2. Herramientas y decisiones estratégicas.

1.2.1 Análisis y clasificación.

1.2.2 TCO (Total Cost of Ownership).

1.2.3 El enfoque TCO (Total Cost of Ownership).

1.2.4 El diagnóstico con enfoque en TCO y criticidad.

1.2.5 Categorías palanca y categorías rutinarias.

1.2.6 Análisis ABC.

1.2.7 ¿Qué significa cada cuadrante?

1.2.8 Diferencias entre compras tácticas y estratégicas.

1.2.9 De lo reactivo a lo estratégico: claves para diferenciar enfoques de compra.

1.2.10 El proveedor como socio estratégico.

1.2.11 Compartir riesgos para ganar resiliencia.

1.2.12 Gestión del riesgo y resiliencia.

1.2.13 Riesgos políticos, regulatorios o climáticos

1.3. Sostenibilidad y digitalización.

- 1.3.1 Compras responsables y criterios ESG.
- 1.3.2 Prácticas laborales responsables.
- 1.3.3 Tecnología como habilitador estratégico.
- 1.3.4 Inteligencia de mercado con dashboards y KPIs.
- 1.4. Formación continua.
- 1.4.1. Visión integral del negocio.
- 1.4.2 El análisis de gasto.

2. Análisis del mercado y evaluación de proveedores.

- 2.1. El entorno proveedor y el contexto del abastecimiento: factores macroeconómicos, políticos y logísticos.
 - 2.1.1 Los factores políticos y regulatorios.
 - 2.1.3. Factores logísticos y de infraestructura.
 - 2.1.2 Riesgos estructurales y vulnerabilidad del suministro.
- 2.2. Poder de negociación de los proveedores.
 - 2.2.1 Integración vertical hacia adelante.
 - 2.2.2 Poder de negociación de los compradores.
 - 2.2.3 Sensibilidad del proveedor a la reputación del cliente.
 - 2.2.4 Amenaza de nuevos entrantes (I).
 - 2.2.5 Amenaza de nuevos entrantes (II).
 - 2.2.6 Amenaza de productos sustitutos.
 - 2.2.7 Impactos de la amenaza de sustitutos en el abastecimiento.
 - 2.2.8 Rivalidad entre competidores actuales.
 - 2.2.9 Factores que reducen la rivalidad.
- 2.3. Evaluación estratégica mediante análisis FODA.
 - 2.3.1. ¿Cómo se interpreta el FODA estratégicamente?

2.4. Segmentación estratégica de proveedores.

2.4.1. Los proveedores.

2.5. Herramientas estructuradas de interacción con el mercado (RFI, RFP, RFQ).

2.5.1 RFI (Request for Information) y RFP (Request for Proposal).

2.5.2 RFQ (Request for Quotation).

2.6. Radar del mercado proveedor - Análisis multicapa.

2.6.1 Capa 1: estructura del mercado proveedor.

2.6.2 Capa 2: disrupciones y amenazas emergentes.

2.6.3 Capa 3: oportunidades estratégicas y señales débiles.

2.7. Selección estratégica de proveedores.

2.7.1 Definición de criterios clave de evaluación.

2.7.2 Construcción de matrices comparativas.

2.7.3 Diseño de shortlist con enfoque estratégico.

2.8. Cierre y aplicación integrada: shortlist estratégica.

2.8.1 Criterios para construir la shortlist.

2.8.2 Aplicación integrada del análisis.

2.8.3 ¿Qué decisiones se toman a partir de la shortlist?

3. Estrategia y negociación.

3.1. ¿Por qué clasificar el portafolio de compras? Justificación estratégica.

3.1.1. Relación entre tipos de compra y nivel de riesgo.

3.2. Origen y propósito de la Matriz de Kraljic.

3.2.1. Introducción a su enfoque: la cadena de suministro como ventaja competitiva.

3.2.2. Importancia del modelo como punto de partida para la estrategia de compras.

3.3. Ejes de la matriz: doble criterio estratégico.

3.3.1. Eje X: riesgo del suministro.

- 3.3.2. Eje Y: impacto en el negocio.
- 3.4. Los cuatro cuadrantes: cuadrante rutinario.
 - 3.4.1. El cuadrante palanca.
 - 3.4.2. Cuadrante cuello de botella.
 - 3.4.3. Cuadrante estratégico.
- 3.5. Aplicación práctica de la matriz.
 - 3.5.1. Datos, riesgo e impacto.
 - 3.5.2. Ejemplo de clasificación completa con al menos 4 categorías reales de compras.
- 3.6. Consecuencias estratégicas según el cuadrante
 - 3.6.1. Ejemplos de errores comunes al aplicar una estrategia equivocada a una categoría.
- 3.7. Ventajas y límites de la Matriz de Kraljic.
 - 3.7.1. Límites.
- 3.8. Rol del ChainKeeper en este proceso.
 - 3.8.1. Toma de decisiones basada en datos, sentido estratégico y sensibilidad contextual.
- 3.9. Estrategias de colaboración y consolidación con proveedores.
 - 3.9.1. Ejemplos aplicados.
- 3.10. Fundamentos de la negociación estratégica.
 - 3.10.1. Diferencias con la negociación táctica.
 - 3.10.2. El rol de la preparación y análisis previo.
 - 3.10.3. Introducción a los elementos clave (MDO, LAA, BATNA).
- 3.11. Definición y uso del MDO, LAA y BATNA.
 - 3.11.1 Cómo prepararse antes de negociar.
 - 3.11.2 Actividades de análisis y simulación.
- 3.12. Los cinco estilos clásicos (colaborativo, competitivo, evitativo, acomodativo, comprometido).
 - 3.12.1 Cómo mapear partes interesadas.

4. Digitalización y tecnología en Compras: del instinto al algoritmo.

4.1. Introducción a la digitalización en Compras.

4.1.1. Evolución de la función de Compras: de transaccional a estratégica.

4.1.2. Tendencias globales en tecnología aplicada a la función de Compras.

4.2. Tecnologías clave en Compras / herramientas digitales clave en Compras.

4.2.1. e-Procurement y plataformas digitales (Ariba, Coupa, Jaggaer...).

4.2.2. Sistemas SRM (Supplier Relationship Management) y portales de proveedores.

4.3. Digitalización del ciclo de Compras.

4.3.1. Automatización del sourcing o proceso de abastecimiento y adjudicación.

4.3.2. Pedido, recepción y pago automatizado (P2P - Procure to Pay de la Compra al Pago).

4.4. Gestión de proveedores y riesgo con tecnología.

4.4.1. Evaluación de riesgo con herramientas digitales (financiero, cumplimiento, ciberseguridad).

4.4.2. ESG y compras sostenibles con apoyo tecnológico.

4.5. Análisis del Gasto (Spend Analysis).

4.5.1. Benchmarking y simulación de escenarios / herramientas de AI para estos propósitos.

4.6. Transformación digital en la función de Compras.

4.6.1. Tendencias Futuras.

5. Gestión digital, riesgos y desempeño.

5.1. Gestión de contratos.

5.1.1 Ciclo de vida digital del contrato (CLM).

5.1.2 Alertas y vencimientos automatizados.

5.1.3 Auditoría, cumplimiento y trazabilidad contractual.

5.1.4 Herramientas de CLM líderes.

5.2. Gestión de proveedores - SRM (Supplier Relationship Management).

5.2.1 Segmentación estratégica de proveedores.

5.2.2 Evaluación digital del desempeño del proveedor.

5.2.3 Plataformas SRM y automatización de relaciones.

5.2.4 Desarrollo y colaboración con proveedores clave.

5.3. Gestión de Riesgos - ESG (Ambiental, Social, Gobernanza).

5.3.1 Introducción a riesgos ESG en compras.

5.3.2 Evaluación y monitoreo automatizado de riesgos.

5.3.3 Normativas y buenas prácticas internacionales.

5.3.4 Inclusión de criterios ESG en decisiones de compra.

5.4. Gestión de Precios y Costes.

5.4.1 Cost Breakdown y TCO (Total Cost of Ownership).

5.4.2 Análisis de tendencias de precios del mercado.

5.4.3 Herramientas para control de precios y presupuestos.

5.4.4 Estrategias de control y optimización de costos.

5.5. KPIs esenciales para medición del desempeño.

5.5.1 Indicadores operativos y estratégicos clave.

5.5.2 Diseño e implementación de dashboards - Cuadros Mando.

5.5.3 Automatización de reportes y visualización de desempeño.

5.5.4 Análisis de resultados y mejora continua.