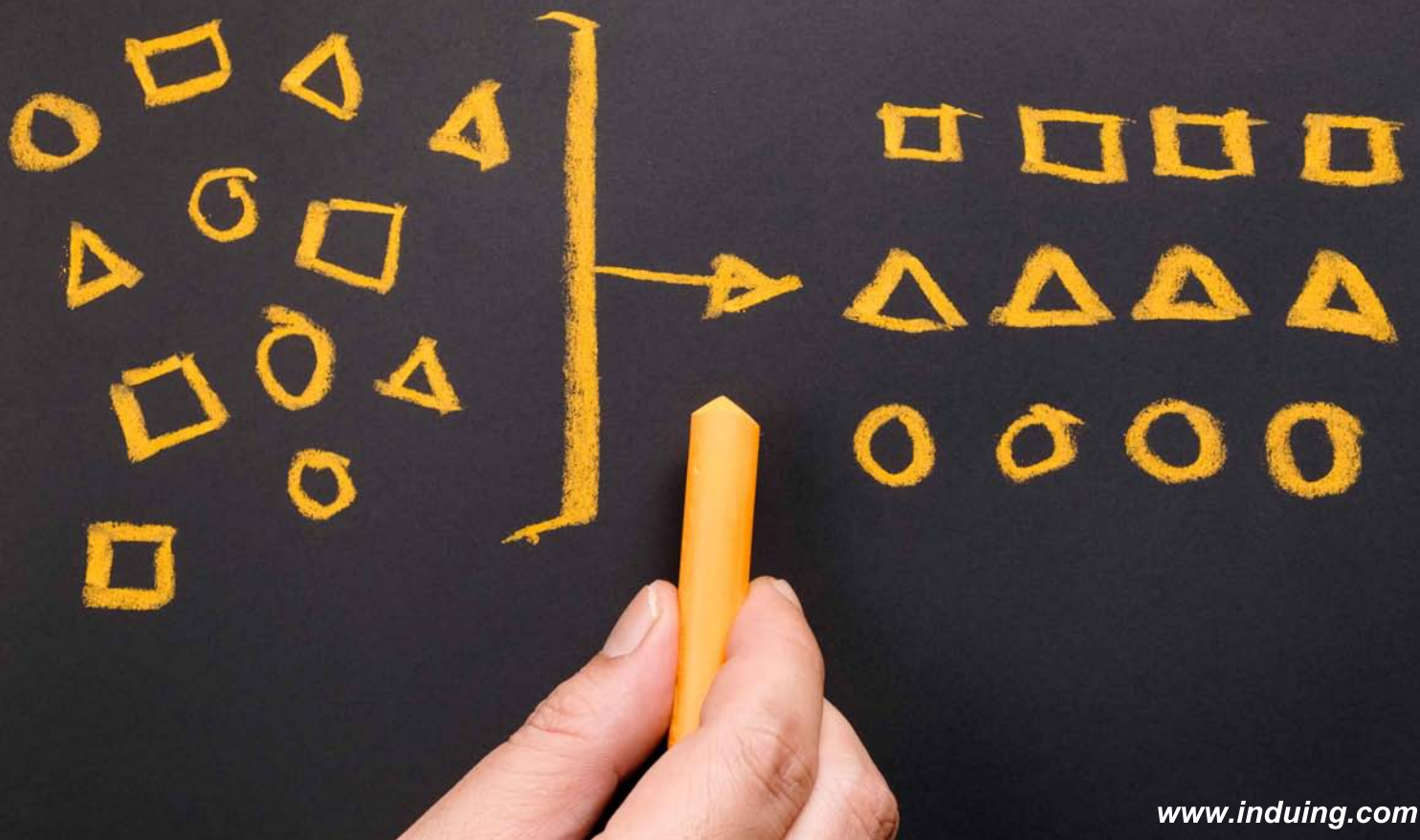


# CATEGORY MANAGEMENT

# GESTIÓN DE COMPRAS POR CATEGORÍAS



[www.induing.com](http://www.induing.com)

INDUING

## PRESENTACIÓN

Los Departamentos de Compras han sido el claro ejemplo de cambio en la última década, pasando de la pura petición de ofertas y labores rutinarias de aprovisionamiento a departamentos enfocados en conocer qué compran, a quien compran y, sobre todo, para quién compran (clientes internos y externos)

Estos Departamentos, aunque son plenamente funcionales y eficaces a la hora de dar respuestas a las necesidades de la Compañía, necesitan “dar un salto” hacia adelante para poder aportar valor de forma constante y proactiva: **necesitan identificar y gestionar por categorías**

***Gestionar por Categorías es una metodología práctica para poder aplicar herramientas y estrategias concretas que son necesarias para mejorar, de forma sustancial y continuada, la visión y manejo de nuestra Cartera de Compras.***

## OBJETIVOS

- A. Poder llevar a cabo un análisis de nuestro portfolio actual de compras** obteniendo una imagen completa de qué compramos y de cuáles son las necesidades de nuestra Empresa.
- B. Poder analizar el riesgo de suministro** actual categorizando a los Proveedores en base al mismo.
- C. Desarrollar estrategias de suministro** adecuadas para cada una de las categorías
- D. Liderar el cambio en el corto y medio plazo** (negociación y definición de suministro) para, posteriormente y como ambición a largo plazo, centralizar...
  - Identificando oportunidades continuas que aporten valor añadido
  - Promoviendo el contacto con los stakeholders como parte de este proceso
  - Optimizando la evaluación y selección de proveedores
  - Delegando finalmente el aprovisionamiento a los diferentes stakeholders

## METODOLOGÍA

El docente no se limitará únicamente a la exposición teórica en power point y la entrega de documentación, sino que se plantea como una sesión donde cada profesional de compras pueda exponer su realidad y juntos encontrar feedback para implantar o mejorar en sus respectivas organizaciones que cada asistente represente, un modelo de gestión de compras por categorías.

## NORMATIVA ACADÉMICA

- **DURACIÓN:** 8 Hrs.
- **LUGAR:** Bilbao, Barcelona, Madrid
- **MODALIDAD:** Presencial
- **FECHA DE INICIO:** Consultar en la web: [www.induing.com](http://www.induing.com)
- **HORARIO:** De 9:30 a 13:30 Hrs. y de 14:30 a 18:30 Hrs.
- **PRECIO:** 250 €
- **BENEFICIOS:** Formación Bonificable por la Fundación para el Empleo (FUNDAE)
- **CERTIFICADO:** De asistencia a los participantes

# PROGRAMA

## 1. Introducción: A por la 5ª marcha en compras

- Breve repaso a las diferentes realidades de los Departamentos de Compras

## 2. Departamentos de Compras enfocados a aportar valor añadido

- ¿Todo el mundo sabe comprar hasta que se demuestre lo contrario?
- La Empresa y el Departamento de Compras

## 3. Categorización de compras: Primer paso, el análisis del Gasto

- ¿Y ahora qué?
- Cartera de Compras. Introducción
- Análisis de la Cartera de Compras
- Método de los 7 pasos

## 4. Categorización de compras. Introducción

## 5. Categorización de compras. Del análisis a la estrategia en 5 fases

- **Punto de Partida.**
  - Introducción
  - Mapeo de Clientes Internos. Explicación y Herramienta
  - Método STP. Explicación y caso práctico
- **Análisis:**
  - Introducción
  - Matriz de Kraljic.
    - i. Explicación, herramienta
    - ii. Como actuar por cuadrantes y caso práctico
  - Según posición en Kraljic: Relación con Proveedores
    - i. Como actuar por cuadrantes
  - Método Should Cost
- **Estrategia.**
  - Introducción
  - Análisis DAFO
  - Definición y selección de estrategias
- **Implementación.**
  - La curva del Cambio
  - Proceso de suministro
  - Evaluación de riesgos
- **Mejora Continua.**
  - ¿Qué podemos medir en compras?

## 6. Como presentar una Categoría de compras. Ejemplo de presentación

## 7. Categorización de compras. El lavavajillas como ejemplo de categorización

## 8. Tail spend.

- Reducción radical de Referencias y Proveedores
- Ahorro en la reducción de actividades. El Coste interno

## 9. Concentración de fuerza en la compra: ¿Pérdida de clientes o caso de éxito?

# PONENTE



**DIEGO GERVAS**  
Global Category Manager Tetra Pak.

Experto en Supply Chain (Procurement), especialmente en entornos industriales multinacionales en proyectos de optimización estratégica de departamentos de compras: categorización portfolio, clasificación de suministro, optimización de actividades, definición de indicadores, gestión de compras por categorías: definición de estrategias según criticidad de suministro, evaluación del riesgo, creación de herramientas de control, conocimiento de mercado de proveedores, etc.



# INDUING

C/ Gran Via 2, 6º D 48001 Bilbao  
Tel: (+ 34) 94 605 30 72

C/ Zurbano 45 1ª planta, 28010 Madrid  
Tel: (+34) 911 841 944

Email: [formacion@induing.com](mailto:formacion@induing.com)

[www.induing.com](http://www.induing.com)