

CATEGORY MANAGEMENT

GESTIÓN DE COMPRAS POR CATEGORÍAS



www.induing.com

INDUING

CATEGORY MANAGEMENT

GESTIÓN DE COMPRAS POR CATEGORÍAS

El objetivo principal de la función de Compras es conseguir poner a disposición del cliente (interno o externo) un producto o servicio, de la forma más eficiente posible. Bien sea en precio, plazo, calidad, capacidad de desarrollo.

Cuando hablamos de “la forma más eficiente posible”, significa “con el mejor resultado en la cuenta de pérdidas y ganancias de nuestra compañía”.

La gestión por categorías es una forma de trabajo que nos facilita conseguir dicho objetivo.

OBJETIVOS:

- Identificación y/o creación de las categorías de compras. Priorización en base a la estrategia de la compañía.
- Diseño de las estrategias de compras en función de las categorías.
- Principales indicadores para medir el desempeño de las categorías.
- Proveedores: aportación a la cuenta de resultados a lo largo de la cadena de valor
- Análisis y optimización del panel de proveedores por categoría.
- Evaluación de proveedores
- Diferentes tipos de negociaciones dependiendo del rol de las categorías.

INFORMACIÓN PRÁCTICA:

- **MODALIDAD:** Presencial a través del Aula Virtual
- **DURACIÓN:** 7 Horas. (2 Sesiones de 3,5 Horas)
- **FECHA DE INICIO:** Consultar en la web: www.induing.com
- **HORARIO:** De 9:00 a 12:30 Hrs.
- **PRECIO:** 275 €
- **PLAZAS LIMITADAS:** 25 Personas
- **BENEFICIOS:** Formación Bonificable por la Fundación para el Empleo (FUNDAE)
- **CERTIFICADO:** De asistencia a los participantes

DIRIGIDO A:

- Directores y Responsables de Compras.
- Gerentes de negocio que desempeñen funciones de Compras.
- Category Managers.
- Profesionales de Compras que quieran actualizar sus conocimientos.

METODOLOGÍA

- Práctica participativa y adaptada a la actividad de los asistentes.
- Exposición teórico-práctica fundamentada en la experiencia diaria del ponente.
- Las sesiones combinarán: contenido teórico con casos prácticos utilizando el método del caso + debate entre los participantes para concluir las mejores prácticas.

PROGRAMA

1. En qué consiste la gestión de categorías y cuál es su objetivo.
2. Identificación de las categorías de nuestro portfolio de compras.
3. Análisis matriciales y mapa de categorías
4. Diferentes estrategias de compra: de las categorías nicho a las categorías core.
5. Identificación de indicadores de las categorías y cómo realizar su seguimiento.
6. Diferentes roles de los integrantes de los departamentos de compra: comprador, proveedor, merchandiser
7. La cadena de valor y cómo medir la aportación de los proveedores a nuestra cuenta de resultados.
8. Suppliers management.
 - Panel de proveedores.
 - Identificación de roles de los proveedores:
 - > Proveedor partner
 - > Proveedor challenge
 - > Proveedor nueva oportunidad
9. Evaluación de proveedores.
10. Diferentes tipos de negociaciones. De one shot, a colaboración a largo plazo. Preparación para una negociación.

PONENTE



JESÚS TIENDA GONZÁLEZ **Head of Buying Divisiones Muebles y Bricolaje** **EL Corte Inglés.**

- 20 años de experiencia en Compras en multinacionales en los sectores de retail y FMCG (El Corte Inglés, Leroy Merlin, L'Oréal).
- Executive MBA (IESE-Universidad de Navarra) e Ingeniero Industrial (Universidad Politécnica de Madrid)



INDUING

C/ Gran Via 42, 1ª Planta, 48011 Bilbao
Tel: (+ 34) 94 605 30 72

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

Email: info@induing.com

www.induing.com