

A QUIEN SE DIRIGE

El Seminario práctico “**Comprar con Eficacia**” se dirige a empresarios y a directivos profesionales de empresas familiares. Siendo de utilidad para:

- Propietarios y miembros de Consejos de Administración.
- Directores Generales y Gerentes.

PROGRAMA

Martes, 25 de octubre de 2011: *La función de compras como ventaja competitiva.*

09:00 a 09:15h Recepción de los asistentes y entrega de la documentación.

09:15 a 10:00h Sesión 1ª
Introducción y objetivos del seminario.

- Margen bruto, clave de la rentabilidad de la Empresa
- Diferencia entre Compras y Aprovisionamiento
- Definición de competitividad
- Estrategia de negocio y estrategia de compras
- Cadena de valor de futuro. Retos y oportunidades
- Diferenciación por Innovación en Valor

10:00 a 11:45h Sesión 2ª
Comprar bien para vender bien.

- Efecto multiplicador de las compras en el beneficio.
- Creación de Valor: Reto de las relaciones entre el cliente y proveedor
- Como desarrollar excelentes relaciones cliente – proveedor
- Cómo seleccionar los proveedores estratégicos. Mapa de posicionamiento de familias de productos / mp’s por potencial de beneficios y volumen de compras, y, Mapa de posicionamiento de proveedores por potencial de beneficios y riesgo de fracaso
- Estrategia de cooperación por concentración

11:45 a 12:15h Descanso

12:15 a 14.00h Sesión 3ª
Negociación eficaz: Alcanzar acuerdos de negocio y cooperación con socios proveedores.

- Objetivos de la negociación
- Los siete principios de negociación: Orden y preparación
- Negociación competitiva vs. negociación cooperativa
- Análisis, planificación y estrategia del proceso de negociación
- Acuerdo de negocio y cooperación

14:00h Despedida

Miércoles, 26 de octubre de 2011: *La función de compras en empresas comerciales e industriales.*

09.00 a 10:30h	Sesión 4ª Empresa comercial: Gestión de ventas - compras por categorías. <ul style="list-style-type: none">- Definición de una categoría de producto- Las cinco fases del proceso y estructura de la gestión por categorías- Contribución total: Menor Coste Compra, Menor Precio Venta, Mayor Venta.- Estrategia de marcas propias
10:30 a 11:00h	Descanso
11.00 a 12:30h	Sesión 5ª Empresa industrial: Fabricar o comprar (externalizar) <ul style="list-style-type: none">- Evaluación estratégica de fabricar o comprar: Ahorros, inversión, velocidad y efectividad- Gestión estratégica y gestión operativa de contratar- Ventajas y riesgos de la externalización de la fabricación- Ejemplo de un proceso de externalización- Experiencias de países clave en estrategia de externalización: China e India
12:30 a 13:30h	Sesión 6ª: Casos prácticos. <ul style="list-style-type: none">- Empresa comercial- Empresa industrial
13.30 a 14:00h	Cuestionario de seguimiento de la calidad del seminario.
14:00h	Despedida y cierre
