



MCR0021. Compras estratégicas y aprovisionamiento eficiente



MCR0021

Compras estratégicas y aprovisionamiento eficiente

El contenido formativo se adecúa a la unidad de competencia UC1003_3 del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (CNCP)

Duración: 50 horas

Modalidad: 100% online

Requisitos y conocimientos previos: no se requiere nivel académico previo, pero al ser en modalidad online es necesario poseer conocimientos básicos de informática, así como habilidades básicas de comunicación lingüística que permitan el aprendizaje y el seguimiento de la formación.

Objetivos

- Identificar las funciones clave y los tres niveles (estratégico, táctico y operativo) del departamento de compras.
- Describir con tus propias palabras la diferencia fundamental entre una "política de producto" y una "política de compras".
- Utilizar los conceptos de una política de producto (como la calidad o la sostenibilidad) para determinar los criterios de selección de proveedores en un escenario empresarial simple.
- Descomponer un proceso de planificación de compras, identificando las entradas (demanda) y salidas (órdenes de compra) de un sistema básico de MRP.
- Valorar la idoneidad de un proveedor utilizando KPIs clave como el TCO (Coste Total de Propiedad), la calidad y las entregas a tiempo.
- Esbozar un mini Plan Anual de Compras (PAC) para una categoría de producto, alineando las necesidades del negocio con la estrategia de aprovisionamiento.
- Definir las funciones y responsabilidades clave del departamento de compras y su rol en la cadena de suministro.
- Explicar la importancia de alinear la planificación de compras con la política de producto y los objetivos estratégicos de la empresa.
- Utilizar la metodología de Análisis de Valor (VA) para descomponer un producto en sus funciones básicas y secundarias, identificando oportunidades de reducción de costes.
- Diferenciar las distintas estructuras de mercado (monopolio, oligopolio, competencia perfecta) y determinar cómo cada una impacta en la estrategia de negociación de compras.
- Evaluar una necesidad de servicio intangible y proponer los Indicadores Clave de Rendimiento (KPI) y los elementos de un Acuerdo de Nivel de Servicio (SLA) para garantizar su calidad.

- Justificar una decisión de "Make or Buy" (hacer o comprar), sopesando tanto los factores cuantitativos (costes relevantes) como los cualitativos (enfoque en actividades Core).
- Identificar las distintas fases que componen el ciclo completo de aprovisionamiento (Procure-to-Pay), desde la detección de la necesidad hasta el pago de la factura.
- Describir la importancia estratégica de la función de compras y su impacto en la rentabilidad de la empresa.
- Diferenciar los distintos tipos de solicitudes de oferta (RFI, RFQ, RFP) y determinar cuándo aplicar cada una en un escenario empresarial.
- Aplicar métodos cuantitativos y cualitativos para evaluar y comparar objetivamente las ofertas de múltiples proveedores.
- Construir una Orden de Compra (PO) válida, reconociendo sus componentes clave y su diferencia legal con un contrato.
- Justificar la importancia del proceso de conciliación "3-Way Match" como herramienta fundamental de control interno y financiero.
- Definir qué es una previsión de ventas y distinguir entre métodos de pronóstico cuantitativos y cualitativos.
- Interpretar el impacto directo de una previsión de ventas precisa en la optimización del inventario y la planificación de compras.
- Calcular una previsión de ventas simple utilizando la técnica de media móvil para identificar tendencias.
- Analizar la estructura de un Cuadro de Mando Integral (CMI) y explicar el propósito de sus cuatro perspectivas.
- Evaluar la diferencia entre un CMI (estratégico) y un dashboard (operativo) para la toma de decisiones.
- Identificar los Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs) esenciales para un cuadro de mando de aprovisionamiento, como el MAPE, la rotación de inventario y el nivel de servicio.

- Definir qué es una especificación de producto y un Acuerdo de Nivel de Servicio (SLA), identificando su propósito fundamental en el proceso de compra.
- Distinguir entre una especificación técnica (el "qué es") y una funcional (el "qué hace"), explicando cuándo es estratégico usar cada una.
- Interpretar los datos de un albarán o nota de entrega, reconociendo su valor legal y las implicaciones de tu firma en el momento de la recepción.
- Aplicar los pasos críticos del proceso de Inspección de Entrada (IQC) para verificar sistemáticamente tanto la cantidad como la calidad de una recepción de material.
- Analizar una "no conformidad" detectada en el muelle de carga, determinando la acción de disposición más adecuada (retrabajo, rechazo, etc.).
- Esquematizar el proceso formal de devolución a un proveedor utilizando una Autorización de Devolución de Mercancía (RMA).
- Identificar los conceptos fundamentales de la unidad: Maestro de Proveedores, homologación, Ley de Pareto, Análisis ABC y matriz de Kraljic, y diferenciar su finalidad y alcance en la gestión de compras.
- Describir la estructura mínima de un Maestro de Proveedores y clasificar la información en datos maestros, datos de calificación y datos transaccionales, con explicación de la utilidad operativa de cada bloque.
- Analizar la cartera de gastos y proveedores utilizando la Ley de Pareto (Análisis ABC) para identificar los elementos más críticos.
- Diseñar una estrategia de gestión diferenciada para un proveedor, basándote en su clasificación de riesgo e impacto (Matriz de Kraljic).
- Evaluar la idoneidad de un nuevo proveedor mediante el diseño de un cuestionario de homologación.

- Identificar los conceptos básicos de coste, así como las siglas MPD, MOD y CIF.
- Explicar la relación entre MPD, MOD y CIF y el coste final de un producto.
- Calcular el coste de fabricación mediante la fórmula $MPD + MOD + CIF$ a partir de datos de un caso.
- Descomponer un escandallo y clasificar cada partida como MPD, MOD o CIF con un criterio justificado.
- Comprobar la coherencia de un escandallo, detectar desviaciones por merma/rendimiento y proponer ajustes.
- Elaborar un escandallo de costes completo para un producto e incorporar mermas, márgenes e IVA para estimar el PVP.

Contenidos

Unidad 1: Descripción de la gestión de compras de la empresa

- 1.1. Funciones y responsabilidades del departamento.
- 1.2. Política de producto de la empresa.
- 1.3. Planificación de las compras.

Unidad 2: Análisis del sistema de aprovisionamiento

- 2.1. Mercado de compras y aprovisionamiento.
- 2.2. Análisis técnico de los productos y los materiales.
- 2.3. Análisis técnico de los servicios.
- 2.4. Subcontratación.

Unidad 3: Aplicación del protocolo en hoteles

- 3.1. Petición de ofertas.
- 3.2. Evaluación de las ofertas.
- 3.3. Elección de la mejor oferta y el pedido.
- 3.4. Seguimiento.
- 3.5. Recepción y el almacenamiento.
- 3.6. Cierre del pedido.
- 3.7. Facturación de compras.

Unidad 4: Gestión de los stocks, compras y previsión de venta

- 4.1. Concreción de la previsión de las ventas.
- 4.2. Cuadro de mando.
- 4.3. Variables que configuran el cuadro.

Unidad 5: Identificación de los pormenores de los productos fabricados y servicios ofrecidos

- 5.1. Especificaciones de los productos fabricados y servicios ofrecidos
- 5.2. Proceso de la entrada de la materia prima
- 5.3. Entrega del producto al proveedor

Unidad 6: Gestión de los proveedores

- 6.1. Ejecución de una base de datos.
- 6.2. Ley de Pareto.

Unidad 7: Formulación de los cálculos de coste de un producto

- 7.1. Costes que intervienen en el coste final de un producto.
- 7.2. Escandallo de costes.