

GUÍA DOCENTE

MÁSTER UNIVERSITARIO EN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT, TECNOLOGÍA Y SOSTENIBILIDAD

Edición 2
Curso 2024-2025

1. ASIGNATURA

- **Nombre:** Gestión de Compras y Aprovisionamientos
- **Tipo de asignatura:** Obligatoria
- **Trimestre:** Primer Trimestre
- **Créditos:** 3 ECTS
- **Idioma de docencia:** Castellano
- **Coordinador de la asignatura:** Rafael Richart
- **Profesore de la asignatura:** Rafael Richart

2. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

Objetivos de la asignatura

El entorno global y complejo en el que actualmente operan las empresas provoca que éstas deban enfrentarse de manera constante a nuevos desafíos y, las obliga a estar en un proceso de cambio, transformación y adaptación continuo. En este entorno, las empresas necesitan construir modelos de negocio resilientes que puedan defender y mantener en el tiempo. Para ello deberán disponer de una Cadena de Suministro eficiente, resiliente, y sostenible, de ahí muchas empresas estén potenciando y profesionalizando el Área de Compras.

Si hay un puesto dentro del equipo directivo de casi cualquier empresa que ha ganado protagonismo y responsabilidad en los últimos años, ese es el de Jef@ de Compras, también conocido en inglés como el Chief Procurement Officer (CPO). Han pasado de ser considerados como meros administrativos, cuya función casi exclusiva era la de ir obteniendo ahorros en sus compras bajo el mandato del negocio, a ser valorados como estratégicos, reportando directamente al CEO de la compañía y estar integrados en los comités de dirección.

Estas “nuevas” prioridades requerirán profesionales de compras que alineen la estrategia del área con la estrategia de la compañía creando modelos de compra que conecten a proveedores, empresa y consumidores /clientes para maximizar valor para el negocio. Y que tengan capacidad para identificar necesidades y oportunidades entre sus principales stakeholders (internos y externos).

En esta asignatura nos centraremos en:

- Entender el entorno empresarial, conocer dónde ponen el foco las empresas y por qué.
- Conocer la aportación de valor que un Área de Compras profesionalizada puede aportar a los desafíos que tienen las empresas y, por qué las empresas se están dando cuenta de que fortalecer la gestión del aprovisionamiento, el abastecimiento estratégico y la cadena de suministro resulta crítico para prosperar.
- Vincular el alineamiento de compras con la estrategia de la empresa para generar valor y aumentar su competitividad sostenible.
- Diseñar un plan estratégico a través de la herramienta Merlín para crear un roadmap de Compras.
- Dar a conocer y enseñar las herramientas de gestión avanzada de compras, su utilidad y cómo implementarlas.
- Gestionar las relaciones con los proveedores estableciendo una base contractual sólida.
- Mostrar a los alumnos cómo construir un presupuesto anual, evaluar y seguir el impacto de las decisiones de compras en el negocio: KPI's y reporting.
- Identificar las buenas prácticas en el ámbito de las compras que permitirán a las cadenas de suministro ser más eficientes, resilientes y cumplir con los objetivos estratégicos definidos a nivel de sostenibilidad.
- Conocer el potencial de la transformación digital del Área de Compras.
- Visualizar las tendencias de futuro que se presentan para el Área de Compras.
- Capacitar al alumno en gestión del cambio, negociación y gestión de conflictos.

Contenidos

Tema 1: Retos y desafíos para las empresas en un entorno BANI

- Entorno empresarial.
- ¿Qué le preocupa al CEO?
- ¿Dónde ponen el foco las empresas? Y ¿Por qué?

Tema 2: La transformación de compras: Purchasing & Sourcing

- Comprar vs Aprovisionar.
- Aportación de valor y nivel de integración en el negocio en función del nivel de maduración de Compras.
- ¿Cuál es la misión hoy en día del Área de Compras?
- Roles y prioridades/desafíos del Área de Compras.
- Alineamiento estratégico con el negocio.
- Cómo abordar un roadmap de Compras.
- Caso Crocs (decisión estratégica empresarial pasar de producir zapatos a que te los produzcan proveedores) cómo gestionar el nuevo escenario para el área de compras. Se utilizarán la Metodología Merlín + Sombreros de Bono.

Tema 3: Proceso de Compra, herramientas de gestión, kpi's y Budget

- Etapas de un proceso de compra y aprovisionamiento: estandarización y optimización
 - Procure to pay (P2P)
 - Source to pay (S2P)
 - eSourcing.
- Herramientas de gestión de compras:
 - Spend Management
 - TCO.
 - Matriz de Kraljic (ejercicios prácticos)
 - Category Management (ejemplo de category plan)
 - Supplier Relationship Management.
 - Risk Management.
 - Contract Management_SLA_Compliance
- KPI's de compras
- Budget del área de compras:
 - ¿Cómo construir un Budget?
 - Seguimiento del Budget a lo largo del año (rolling forecast).
 - Ejercicio práctico: caso compra bandejas de cartón.

Tema 4: Futuro de Compras Sostenibilidad, Resiliencia y Digitalización

- Sostenibilidad y la Resiliencia de la cadena de suministro (Caso Nike)
- Manual de acción para las compras sostenibles.
- Digitalización de compras (Caso Harley Davidson)

Tema 5: Negociación y Gestión de Conflictos

- Introducción a la negociación y a la gestión de conflictos.
- Modelo de negociación Harvard.
- Proceso de negociación: preparación, ejecución y cierre.
- Plantillas de preparación y post-evaluación.

Competencias/Resultados de aprendizaje

Metodología docente

Aprendizaje colaborativo y estudio de casos reales.

En el aula se pone en práctica un proceso de aprendizaje integrador en el que se potencia la participación activa de todos los alumnos, intercambiando experiencias y conocimientos.

Enfoque práctico

El módulo cuenta con una base teórica sólida impartida por el profesor y, complementada con un enfoque práctico, a través del análisis de casos reales, la resolución de ejercicios, la exposición de experiencias directivas y la realización de dinámicas grupales.

Visión ejecutiva

Se potenciará el aprendizaje en el aula, con sesiones que permitan interiorizar la teoría y ponerla en práctica, siempre mediante una selección de contenidos adaptada a la asignatura.

Evaluación

La evaluación de la asignatura se realizará a través del cálculo de la media de 3 tipos de actividades:

	Ponderación
Trabajos individuales	40%
Trabajos en grupo	30%
Examen	30%

Actividades formativas

El contenido de la asignatura se impartirá a través de clases magistrales, trabajos individuales y grupales, preparación de las sesiones con los materiales proporcionados con anterioridad a ésta.

*Información sobre las sesiones.

Primera Sesión	Tema 1 + Tema 2
Segunda Sesión	Continuación Tema 2
Tercera Sesión	Tema 3
Cuarta Sesión	Continuación Tema 3
Quinta Sesión	Tema 4
Sexta Sesión	Tema 5

3. PROFESORADO

Rafael Richart

Licenciado en Ciencias Biológicas por la Universidad de Valencia.

Diplomado Técnico Superior en Industrias Agroalimentarias por AINIA.

Management International Purchasing por IQS.

Especializado en Operaciones, ocupando diferentes puestos en Danone desde 1991 dentro del Área de Operaciones (Calidad, Industrial, Supply Chain y Sourcing&Supplier Development).

Formador en varias Universidades y Business School



4. BIBLIOGRAFIA y WEBGRAFIA (recomendada)

BIBLIOGRAFÍA

- Casanovas, August. *Estrategias avanzadas de compras y aprovisionamientos: Lean Buying y Outsourcing*. Barcelona: Profit, 2011. ISBN 9788492956531.
- Errasti, Ander. *Gestión de compras en la empresa*. Madrid: Pirámide, 2012. ISBN 9788436827248.
- Fernández Fábrega, José María; Santandreu Capdevila, Martín J. *Claves estratégicas en compras y aprovisionamientos*. Barcelona: AERCE, 2001. ISBN 8492131527.
- Gates, Steve. *El libro de la negociación*. Hoboken: Wiley, 2015. ISBN 9781119155461.
- Malhotra, Deepack. *Negociar lo imposible: cómo destrabar y resolver conflictos difíciles (sin dinero, sin fuerza)*. Barcelona: Empresa Activa. ISBN 9788492921546.
- Martínez Moya, Emilio. *Gestión de compras: negociación y estrategias de aprovisionamiento*. Madrid: Fundación Confemetal, 2010. ISBN 9788492735501.
- Morel, Stéphane. *La transformación de compras: una aventura retadora*. Madrid: Bubok, 2014. ISBN 9788461696840.
- Shell, G. Richard. *Negociar con ventaja: estrategias de negociación para gente razonable*. Barcelona: Antoni Bosch, 2005. ISBN 9788495348098.

WEBGRAFÍA

- **Gartner**. Disponible en: <<https://www.gartner.com/>>
- **Jaggaer**: Disponible en: < <https://www.jaggaer.com/es/>>
- **McKinsey&Company**. Disponible en: < <https://www.mckinsey.com/>>
- **Deloitte**. Disponible en: < <https://www2.deloitte.com/>>
- **KPMG**. Disponible en: <<https://kpmg.com/>>
- **Laticompras**: Disponible en: <<https://laticompras.net/vendors/>>
- **AERCE**: Disponible en: <<https://www.aerce.org/servicios/publicaciones>>
-

- Morel, Stéphane. *Provocación Compras* . Disponible en:
<<http://provocacioncompras.blogspot.com>>.
- Asociación Española de Profesionales de Compra. Disponible en:
<<http://www.aerce.org>>.
- IQS. Disponible en: <<https://executive.iqs.edu/es/blog/compras/>>.
- Global Sourcing . Disponible en: <<https://www.linkedin.com/groups/44991/>>.
- Procurement Trainers Network . Disponible en:
<<https://www.linkedin.com/groups/4970008/>>.
- Purchasing & Global Supply Chain Professionals. Disponible en:
<<https://www.linkedin.com/groups/50589/>>.
- Strategic Sourcing & Procurement. Disponible en:
<<https://www.linkedin.com/groups/139021/>>.