

## CURSO

# Estrategias de Compra y análisis de mercado

📅 TELEPRESENCIAL: 5, 6, 12 y 13 de julio de 2022  
📅 TELEPRESENCIAL: 23, 24, 30 de noviembre y 1 de diciembre de 2022

### OBJETIVOS

- Tomar conciencia de la importancia de Compras y aprovechar mejor la cultura y la estrategia de la empresa a la hora de establecer la estrategia y objetivos de Compras para aportar valor a la empresa, a los clientes internos (“socios”) y a los clientes de forma sostenible.
- Capacitar al profesional de Compras para elaborar el plan estratégico de Compras.
- Realizar el análisis de mercado interno y externo.
- Gestionar las relaciones estratégicas con los stakeholders.

### PONENTE

#### D. Miguel Benítez Fernández

Licenciado en Ciencias Empresariales; PDD del IESE. Tiene experiencia en Compras, Aprovisionamiento y Planificación en sectores como el metalúrgico, químico, farmacéutico y alimentario. Ha trabajado en las empresas: Compañía Roca, Benckiser-Reckit, Boehringer Mannheim (Roche) y Panrico. Tiene una amplia experiencia lectiva, habiendo impartido cursos y seminarios de Gestión y Dirección de Compras en diversas Asociaciones Empresariales y Profesionales, Cámaras de Comercio, Universidades y en el seno de varias compañías del Ibex 35, así como experiencia en gestión del riesgo y mercados de commodities.

### PROGRAMA

#### 1. Planificación estratégica en la empresa.

- 1.1 Introducción
- 1.2 ¿Qué es la estrategia?
- 1.3 Planificación estratégica.
- 1.4 Cultura Corporativas
- 1.5 Valores, Visión y Misión empresa.
- 1.6 Estrategia
  - Niveles de estrategia.
  - Políticas empresa.
  - ¿Cuándo se tiene estrategia?

#### 2. Planificación estratégica de Compras.

- 2.1 Importancia de Compras.
- 2.2 Evolución estratégica de Compras.
- 2.3 Propuesta de “valor” de Compras
  - Valor y cadena de valor de Compras
  - Costes (Precios, costes, TCO,)
- 2.4 Plan estratégico de Compras.
  - Alineamiento estratégico de Compras
  - Valores, Visión y Misión
  - Ejes estratégicos
  - El Camino de la Estrategia de Compras.
  - Identificar opciones
  - Formular estrategia
  - El comprador estratégico
  - El Plan Estratégico de Compras

### 3. Análisis mercado

- 3.1 Análisis de mercado contexto estratégico.
- 3.2 ¿Qué es, por qué y cuándo el análisis de mercado?
- 3.3 Proceso análisis de mercado
- 3.4 Mercado Interno: Necesidades y Kraljic
- 3.5 Técnicas para analizar el mercado (DAFO, CAME, PEST y PORTER)
- 3.6 Mercado Externo:
  - Funciones A. Mercado, proveedor, mercado y producto
- 3.7 Tendencias. Crowdsourcing.

### Caso Práctico

#### HORARIO DE LAS CLASES

##### (en modalidad Telepresencial)

Edición julio 2022, de 10:00 a 13:30 horas.  
Edición noviembre/diciembre de 2022 de 15:00 a 19:00 horas.

#### LUGAR DE CELEBRACIÓN

**Telepresencial:** Campus virtual de AERCE

#### BONIFICABLE PARCIALMENTE A TRAVÉS DEL SISTEMA DE FINANCIACIÓN DE LA FORMACIÓN CONTINUA

AERCE no realiza los trámites para gestionar la bonificación

#### RESERVAS

Tlf.: 93 453 2580

Email: [formacion@aerce.org](mailto:formacion@aerce.org)

O a través de [www.aerce.org](http://www.aerce.org)

#### CONDICIONES DE INSCRIPCIÓN

- No Asociados: 950€ + IVA
- Descuentos para asociados de AERCE:
  - Asociados personales en situación de desempleo: Beca del 35%.
  - Asociados personales en activo y empresas PYME que facturan menos de 15M€: Beca del 25% para asociados del plan vigente de cuotas (15% para asociados del plan anterior).
  - Asociados empresas PYME que facturan entre 15M€ y 50M€: Beca del 15% para asociados del plan vigente de cuotas (10% para asociados del plan anterior).
  - Asociados empresas que facturan más de 50M€: Beca del 10% para asociados del plan vigente de cuotas (5% para asociados del plan anterior).

*(Nota: El plan vigente de cuotas de asociados de AERCE se aplica desde fecha 1-1-2017)*

- Descuento por inscripción anticipada: descuento del 5% en aquellas inscripciones recibidas y abonadas con una antelación mínima de un mes respecto al inicio del curso.
- Este curso tiene plazas limitadas.
- El precio incluye la documentación.