

CCSCM 2025

CERTIFICADO EN COMPRAS Y GESTIÓN DE LA SCM

DEL 27 DE MARZO AL 02 DE MAYO (ONLINE Y EN VIVO)



C.I.F.
G-30164099

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DEL PROGRAMA

- La metodología de la Certificación está enfocada en la discusión y análisis de casos prácticos con formato Online y en vivo.
- Está orientado a personas que buscan integrar el proceso de Compras y Abastecimiento a la gestión avanzada de la Cadena de Suministro (SCM) para mejorar el nivel de servicios con sus clientes, así como la rentabilidad.
- Se realizarán workshops interactivos para la resolución de problemas y simulaciones en tiempo real.

OBJETIVO GENERAL

Capacitar a los profesionales de compras con conocimientos avanzados, habilidades prácticas y estrategias innovadoras para liderar la función de compras, con un enfoque en la colaboración interdepartamental, la digitalización, la resiliencia y la sostenibilidad.

DIRIGIDO A

Directores, gerentes, analistas y técnicos en Compras, Comercialización y Ventas, Finanzas, Inventarios, S&OP-IBP, Logística y Operaciones, Servicio al Cliente y personas involucradas en la SCM.

BENEFICIOS

Al finalizar el programa, el participante será capaz de:

- ✓ Alinear el proceso de Compras y Abastecimiento con la estrategia corporativa
- ✓ Analizar el impacto financiero del proceso de Compras.
- ✓ Integrar la estrategia global de las compras de una empresa.
- ✓ Fortalecer el proceso de demanda y planificación estratégica de aprovisionamiento.
- ✓ Integrar la sostenibilidad y economía circular en la cadena de suministro

METODOLOGÍA

El programa de la Certificación está distribuido en 10 módulos de especialización con un total de 40 horas. En total son 10 sesiones con una duración de 4 horas por sesión con horario de 07:30 a 11:30 horas. Al final del certificado se presenta un proyecto de acreditación en el que el participante aplicará lo aprendido en forma práctica para su empresa.

- "Quien domina la función de Compras, domina su cadena de suministro y en consecuencia su mercado".

1.4. Gestión del capital relacional y selección de proveedores.

- Descripción: Desarrollar relaciones estratégicas con proveedores y su impacto en la estabilidad y competitividad de la cadena de suministro.
- "Las mejores empresas no solo eligen proveedores, crean socios estratégicos".

1.5. Gestión del riesgo en la cadena de suministro.

- Descripción: Identificar y mitigar riesgos que puedan afectar la continuidad del negocio.
- "Un riesgo no gestionado es una crisis anunciada".

2. Impacto financiero de Compras.

Objetivo: Entender el impacto directo de Compras en la rentabilidad y estructura de costos de la empresa.



2.1. Análisis de los costes de Compras de las empresas.

- Descripción: Analizar el peso de Compras con respecto a los ingresos de las empresas, según el Instituto nacional de Estadística de España.
- "Todas las empresas de un mismo sector tienden a tener una estructura similar de costes".

2.2. Contribución financiera de Compras.

- Descripción: Analizar el peso de Compras en los costos de la organización y su relación con la rentabilidad.
- "Cada dólar ahorrado en Compras es un dólar adicional en el beneficio neto".

2.3. Segmentación de Compras y categorías estratégicas.

- Descripción: Diferenciar entre Compras estratégicas, críticas, rutinarias y apalancadas.
- "No todas las Compras son iguales. Aprende a gestionarlas estratégicamente".

2.4. Gestión del Total Cost of Ownership (TCO) y Coste del Ciclo de Vida (LCC).

- Descripción: Evaluar el costo total de adquisición, operación y eliminación de un producto.
- "El precio es solo la punta del iceberg en la gestión de costos".

2.5. La gestión del Gasto.

- Descripción: Participación de Compras en la elaboración del presupuesto de la empresa y su posterior implicación para analizar la conveniencia y el valor del gasto presupuestado.

4. Los cuatro pilares fundamentales de Compras.

Objetivo: Identificar los elementos esenciales de una gestión de Compras eficaz.



4.1. Control del proceso P2P (Purchase-to-Pay).

- Descripción: Gestionar integralmente el ciclo de Compras, desde la solicitud hasta el pago.
- "Cada proceso optimizado en P2P se traduce en eficiencia y ahorro".

4.2. Estrategia por familias de Compras.

- Descripción: Segmentar Compras según su impacto estratégico.
- "Un enfoque segmentado multiplica la eficiencia en Compras".

4.3. Gestión de Proveedores.

- Descripción: Segmentar proveedores, tanto interna como externamente. Establecer las responsabilidades de los distintos roles dentro del proceso de Compras.
- "Aprender a tomar decisiones para maximizar el valor al mínimo coste".

4.4. Control y Gestión de Contratos.

- Descripción: Asegurar la mejor relación Cliente-Proveedor, minimizando el coste y maximizando las garantías para la empresa.
- "Un contrato es la mejor oportunidad para entender las relaciones a mantener con los proveedores y los riesgos asociados a las mismas".

5. CAPÍTULO 5: Determinación de la demanda y planificación de aprovisionamiento

Objetivo: Dominar las técnicas de previsión de demanda y optimización de stocks.



5.1. Gestión de la Demanda, Planificación y anticipación a las necesidades de la empresa.

- Descripción: Entender la dinámica de necesidades de la empresa.
- "Las empresas no cambian de la noche a la mañana; entender su consumo es la clave para anticipar necesidades y optimizar Compras estratégicamente".

5.2. Segmentación y planificación de la demanda

- Descripción: Técnicas para establecer el tipo de aprovisionamiento en función de la segmentación de la demanda.
- "El equilibrio entre el coste de Comprar y el coste de la Compra".

5.3. Gestión del riesgo en la cadena de suministro

- Descripción: Analizar, identificar y gestionar riesgos en la cadena de suministro en función de los tipos de demandas.
- "Todo proveedor merece respeto, pero el verdadero desafío es encontrar a aquellos que pueden entregarnos exactamente lo que necesitamos, como lo necesitamos y en las condiciones que lo necesitamos".

5.4. Relación entre proveedores y demanda

- Descripción: Identificar la estrategia y políticas del proveedor para adaptarse al tipo de demanda requerido por la empresa. Identificar la gestión de la demanda del proveedor para obtener oportunidades para la Compra.
- "Un Comprador no se queda en su despacho; está donde ocurre la acción, entendiendo la cadena de suministro y el valor que aportan sus proveedores".

5.5. Modelos de gestión de inventarios y optimización de stocks

- Descripción: Métodos para reducir costos y evitar desabastecimientos.
- "El equilibrio entre stock y demanda define la eficiencia logística".

7. Sostenibilidad y economía circular en Compras

Objetivo: Implementar estrategias de adquisición sostenible y responsabilidad social empresarial.



7.1. Implementación de políticas de Compras sostenibles

- Descripción: Convertir las políticas sostenibles en una ventaja competitiva mediante criterios de adquisiciones responsables. Implementar protocolos para seleccionar proveedores sostenibles, optimizar recursos y minimizar el impacto ambiental en la cadena de suministro
- "La sostenibilidad no es un costo, es una inversión en el futuro de los negocios y del planeta."

7.2. Economía circular aplicada a la cadena de suministro

- Descripción: Modelos de negocio centrados en la reutilización, reciclaje y reducción de residuos. La economía circular implica rediseñar procesos, minimizar desperdicios, reutilizar materiales y fomentar la reparación y renovación.
- "El mejor residuo es el que nunca se genera: haz de la economía circular tu ventaja competitiva."

7.3. Innovación en sostenibilidad y tecnologías verdes en Compras

- Descripción: Integrar tecnologías y procesos para reducir el impacto ambiental y optimizar recursos en Compras. Minimizar desperdicios, uso de materiales reciclados o biodegradables, energías renovables, blockchain, IoT y big data para trazabilidad y análisis de sostenibilidad.
- "La innovación sostenible no es una tendencia, es la clave para la supervivencia empresarial."

7.4. Estrategias de descarbonización en la cadena de suministro

- Descripción: Estrategias para reducir emisiones de carbono en la cadena de suministro mediante transporte de bajas emisiones, optimización logística, materiales ecológicos y eficiencia energética en producción.
- "Reducir la huella de carbono hoy es asegurar la competitividad del mañana."

7.5. Compras éticas y comercio justo

- Descripción: Garantizar que las adquisiciones respeten derechos humanos, condiciones laborales justas y equidad económica, seleccionando proveedores que cumplan regulaciones internacionales y evitando explotación infantil, trabajo forzoso y riesgos reputacionales.
- "Cada Compra asegura el voto por tu empresa de un Cliente."

8. Medición del desempeño y mejora continua

Objetivo: Implementar KPIs y métodos de mejora continua en Compras.



8.1. Cuadro de mandos en Compras. Visión estratégica basada en datos.

- Descripción: Implementar un cuadro de mandos que permita medir, controlar y mejorar la función de Compras alineándola con los objetivos estratégicos de la empresa. Integración con otras áreas claves de la empresa. Monitorización de riesgos.
- "Lo que no se mide, no se mejora".

8.2. KPIs en Compras.

- Descripción: Implementar indicadores clave de desempeño que permitan medir, analizar y mejorar la función de Compras, asegurando su alineación con los objetivos estratégicos de la empresa. Integrar KPIs de Compras con Ventas, Finanzas, Logística y Producción para una visión global. Monitorear y ajustar los indicadores para adaptarse a cambios en el mercado Cliente.
- "Convierte los KPIs en el motor de la excelencia para tus Clientes."

8.3. Benchmarking y auditorías internas.

- Descripción: Conocer y comparar las mejores prácticas del sector para mejorar continuamente.
- "Mide, compara y supera: el camino a la excelencia en Compras".

8.4. Potencia del equipo de Compras.

- Descripción: Desarrollar a los mejores profesionales para formar parte del equipo de Compras. Establecer planes de formación individuales y colectivos.
- "Un equipo de Compras fuerte no se encuentra, se forma: invierte en desarrollo y conviértelo en el motor estratégico de la empresa".

8.5. Liderazgo y Matriz de Implicación.

- Descripción: Asegurar la implicación de todo el equipo en la mejora continua de la función de Compras.
- "El liderazgo en Compras no es solo tomar decisiones, es involucrar a todo el equipo en una visión compartida donde cada rol suma al éxito estratégico".

9. Repaso e integración de los conceptos aprendidos

10. Implementación práctica de los conocimientos en un caso.

REQUISITOS DE LA CERTIFICACIÓN

La CCSCM, se obtiene después de haber cursado los 10 módulos con una asistencia mínima de 80 % (ochenta por ciento) y haber presentado un proyecto final de acreditación (PFC). En caso contrario sólo se entregará un Diploma de participación.

SOBRE EL PROYECTO FINAL DEL CERTIFICADO (PFC)

El PFC es una aplicación práctica del material analizado en las sesiones. El propósito de esta actividad es promover la traducción del conocimiento instruido al área laboral de los participantes, buscando maximizar la rentabilidad de su inversión en tiempo y dinero.

El proyecto se realizará sobre la práctica laboral de alguno o algunos de los integrantes de los equipos que se conformaron durante el Certificado. En cualquier caso, deberá existir una propuesta de mejora y la descripción de la situación antes y después del proyecto.

INVERSIÓN DEL CERTIFICADO

El Certificado tiene un valor de \$1,199 dólares, pero por preinscripción, y si pagas antes del 28 de febrero, sólo cubrirás la cantidad de \$419 dólares.

➤ [CLICK AQUÍ para pagar ahora.](#)

INSTRUCTORES DEL CERTIFICADO



Arturo Díaz Marcos (España)

Fue CEO de NEFAB, DYNEXO y ENCE. Director Académico de AERCE. Senior delegate de la International Federation of Procurement and Supply Management. Miembro del proyecto BESTLOG. Además, es formador, consultor y auditor certificado en la norma europea de compras UNE.



Tomás Galvez Martínez (México)

Fundador de CELOGIS, empresa mexicana con presencia internacional dedicada a la capacitación y consultoría en Planeación de Demanda y Planeación de Ventas y Operaciones (S&OP) e IBP. Ha capacitado a más de 6,000 ejecutivos y asesorado a más de 400 de empresas nacionales e internacionales.