

“GESTIÓN Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES”

OBJETIVOS

El presente tema tiene como fin conseguir que el alumno pueda:

- ✦ Cómo evaluar a sus proveedores, tanto a nivel de calidad de producto como de servicio.
- ✦ Requisitos que permiten homologar y evaluar a los proveedores dentro de un sistema de calidad ISO 9001:2000.
- ✦ Tipos de control de calidad a la recepción.
- ✦ Cómo desarrollar un buen contrato de calidad concertada.
- ✦ Como tratar las reclamaciones a proveedores y la documentación asociada

METODOLOGIA

- Aprendizaje basado en problemas y casos prácticos. El aprendizaje del alumno se basa en el planteamiento de un problema para cuya resolución el alumno debe adquirir las competencias y conocimientos necesarios.
- Aprendizaje basado en grupos de trabajo multidisciplinares. Los alumnos deberán aprender a trabajar en equipo con personas de diferentes disciplinas (en este caso interdepartamentales)
- Aplicación de casos reales (no solo de “papel”), se incluye la simulación de situaciones reales entre diferentes departamentos y la visión de los temas tratados desde diferentes visiones.
- Evaluaciones modulares para chequear la asimilación del contenido y la evolución de los objetivos
- Apoyo de dossiers de documentación, presentaciones mediante cañón y recomendaciones al final de cada modulo de libros recomendados y artículos de interés



INDICE

1. INTRODUCCIÓN

2. LAS COMPRAS

2.1 Objetivos básicos de las compras

2.2 Tipos de compras

2.3 Los proveedores

2.4 ¿Qué vamos a comprar?

2.5 Estrategias de compras

- 2.5.1 La relación con los proveedores.
- 2.5.2 Aprovisionamiento exclusivo
- 2.5.3 Aprovisionamiento múltiple
- 2.5.4 Asociaciones proveedor-comprador
- 2.5.5 Aprovisionamiento global
- 2.5.6 Compras locales

3. LA BUSQUEDA DE PROVEEDORES

3.1 Características de los artículos

- 3.1.1 Clasificación de la industria y comercio
- 3.1.2 Disponibilidad comercial del producto.
- 3.1.3 Cantidad que ha de ser comprada
- 3.1.4 El tiempo como elemento de la compra

3.2 FUENTES DE INFORMACIÓN

3.2.1 GENERALES

- 3.2.1.A Directorios Telefónicos clasificados
- 3.2.1.B Reportajes gráficos, videos,....
- 3.2.1.C Registros, bases de datos, listados,....
- 3.2.1.D Catalogo y literatura de publicidad:
- 3.2.1.E Ordenadores
- 3.2.1.F Revistas de comercio
- 3.2.1.G Benchmarking

3.2.2 FUENTES DE CONTACTOS PERSONALES Y LA EXPERIENCIA

- 3.2.2.A Entrevistas con los vendedores y representantes de los fabricantes:
- 3.2.2.B Fuentes internas de especialistas:
- 3.2.2.C Índices de archivo de proveedores:
- 3.2.2.D Organizaciones de compra:
- 3.2.2.E Muestras:
- 3.2.2.F Exhibiciones comerciales



3.2.2.G Visitas a las plantas de los proveedores:

3.2.3 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DE LAS FUENTES

3.2.4 FUENTES DE ABASTECIMIENTO EN EL EXTRANJERO

3.2.5 COMPRAS DE IMPORTACIÓN:

4. HOMOLOGACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

4.1 Homologación

- 4.1.1 Criterios administrativos y legales
- 4.1.2 Criterios de gestión
- 4.1.3 Criterios físicos: Inspección de plantas de fabricación.
- 4.1.4 Posición financiera.
- 4.1.5 Técnica y Capacidad de producción.
- 4.1.6 Control de calidad.
- 4.1.7 Experiencia.
- 4.1.8 Condiciones laborales.
- 4.1.9 Contribución a la industria.
- 4.1.10 Criterios preventivos
- 4.1.11 Componentes éticos
- 4.1.12 Precios

4.2 La Evaluación

4.3 Modelos de homologación

- 4.3.1 Modelo parcial del comportamiento de compra: Modelo de selección de LEHMAN y O'SHAUGHNESSY.
- 4.3.2 Homologación según ISO 9000

DURACIÓN

Duración: **20 horas**

Máximo número de alumnos: **10**