FORMACIÓN E-LEARNING

Curso Online de

Estrategias de Operaciones para la Creación de Valor

Herramientas y estrategias efectivas para alcanzar la excelencia operacional.

Iniciativas Empresariales
estrategias de formación

MANAGER BUSINESS SCHOOL

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es
america.iniciativasempresariales.com
Sede Central: BARCELONA - MADRID

Llamada Whatsapp
(34) 601615098

Estrategias de Operaciones para la Creación de Valor

Presentación

Tradicionalmente las operaciones han tenido un carácter más táctico que estratégico, con un enfoque demasiado interno y con la reducción de costes como objetivo principal. Este enfoque ha hecho que las operaciones pierdan de vista lo que ocurre en el mercado y los movimientos estratégicos de la empresa, abriéndose de esta manera una brecha entre las operaciones y el conjunto de la compañía.
Hoy en día, centrarse solo en el coste no es suficiente, en un entorno de alta competitividad cada vez más el mercado demanda rapidez y personalización, por lo que las operaciones no solo deben ser una parte muy importante de la estrategia, sino también deben ser un centro de creación de valor para la compañía y para los clientes. Es importante desarrollar una visión externa poniendo al cliente en el centro de las operaciones.

Uno de los motivos principales por lo que las operaciones están estresadas y gestionando urgencias constantemente, es la falta de alineación entre lo que las operaciones pueden hacer, la estrategia de la compañía y las expectativas de los clientes.

Este curso presenta un modelo muy didáctico para diseñar una estrategia de operaciones perfectamente alineada con la propuesta de valor de la compañía y las expectativas de los clientes para, de esta manera, poder entregar los atributos demandados por éstos al más alto nivel y de la forma más eficiente posible y así estar en disposición de poder alcanzar la excelencia en las operaciones.

La Formación E-learning

Con más de 35 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1. La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.
2. *Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
3. *Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.
4. *Trabajar* con los recursos que ofrece el entorno on-line.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

Estrategias de Operaciones para la Creación de Valor

Objetivos del curso:

- Diseñar y alinear la estrategia de operaciones con las expectativas del cliente y hacer de ellas un centro de creación de valor para ellos y la compañía.
- Identificar y entender la información necesaria para diseñar la estrategia de operaciones, así como el modelo actual de la organización.
- Evaluar la organización de las operaciones para identificar qué atributos se entregan a nivel ganador de pedidos y cuáles no.
- Identificar la brecha entre las capacidades de las operaciones y la propuesta de valor de la compañía y expectativas de los clientes, obtener la información necesaria para rediseñar la estrategia de operaciones y poder cerrar dicha brecha.
- Alinear a todos los eslabones de la organización.
- Conocer los aspectos emocionales que son los principales obstáculos para la implantación exitosa de la estrategia y cómo gestionarlos para transformarlos de un riesgo a una oportunidad.
- Gestionar la relación entre la propuesta de valor y su trade off.
- Conocer que puede aportar la digitalización para acelerar y facilitar la consecución de los objetivos de la empresa.
- Preparar a la organización para alcanzar la excelencia en las operaciones.

> “Genere estrategias competitivas, consistentes y sostenibles alineadas con las expectativas de los clientes que le permitan diferenciarse de la competencia”

Dirigido a:

Directores Generales, de Operaciones, Marketing y Comercial, así como todos aquellos directivos y responsables de departamento que quieran conocer y aplicar metodologías y herramientas para crear valor a través de la estrategia de operaciones.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

Estrategias de Operaciones para la Creación de Valor

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 80 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

Manual de Estudio
8 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario
En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación
para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Bibliografía y enlaces de lectura recomendados para completar la formación.

Metodología 100% E-learning

Aula Virtual *

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.
En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.

Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.

* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

Estrategias de Operaciones para la Creación de Valor

Contenido del Curso

MÓDULO 1. La importancia de alinear las estrategias en la compañía

8 horas

1.1. Definición de la estrategia de la compañía y de las operaciones.

1.2. Ejemplos de alineación exitosa de las estrategias. Zara y Walmart.

1.3. Ejemplo de no alineación y sus consecuencias.

MÓDULO 2. La estrategia de la compañía, el punto de partida

10 horas

Las empresas tratan de conquistar cuotas de mercado a través de convencer a los clientes potenciales de las bondades de sus productos o servicios. Tarea nada fácil si no se ha diseñado una estrategia al respecto. Conoceremos aquí los conceptos y mecanismos de una estrategia corporativa para poder interpretarla oportunamente.

2.1. Objetivo del módulo. Introducción.

2.2. La propuesta de valor de la compañía.

2.3. Las tres estrategias competitivas:
2.3.1. El riesgo de considerar la eficacia operacional como estrategia diferencial.

2.4. Cómo sostener la estrategia en el tiempo. Mantener la ventaja competitiva:
2.4.1. Posicionamiento y diferenciación.
2.4.2. Factores para la sostenibilidad de la ventaja competitiva. Trade-offs y encaja de actividades.
2.4.3. Análisis del sector. Las cinco fuerzas competitivas.

MÓDULO 3. Introducción al modelo de cuatro pasos para alinear la estrategia de operaciones

1 hora

Este módulo describe brevemente los cuatro pasos a seguir en el modelo de alineación de estrategias: los dos primeros determinan la base desde la que se parte (vale la pena dedicar todo el tiempo y esfuerzo necesarios para recopilar la información, analizarla y entenderla); los dos últimos se basan en la toma de decisiones y la acción.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

Estrategias de Operaciones para la Creación de Valor

MÓDULO 4. Paso 1. Entender la estrategia de la compañía y las expectativas del cliente

10 horas

Es importante identificar qué información necesitan las operaciones para poder alinear su estrategia, cómo obtenerla y profundizar en ella. La información recabada en este paso será el punto de partida, la referencia donde comparar las capacidades de las operaciones de la empresa.

4.1. Objetivo del módulo. Introducción.

4.2. Las necesidades internas de la compañía.

4.3. Las necesidades del cliente. El proceso S&OP.

4.4. El patrón de la demanda y el perfil del producto.

4.5. Dirección de la compañía, hacia dónde va.

4.6. Análisis del entorno. Los riesgos externos.

MÓDULO 5. Paso 2. Entender las capacidades de las operaciones

27 horas

Una vez analizada la información anterior se debe evaluar ahora la organización de las operaciones para saber cuán alineada está con dicha información. Debe definirse cuál es el mejor modelo de organización para alinearse con las expectativas de los clientes.

5.1. Entender las capacidades de las operaciones. Introducción.

5.2. Mapear la red de distribución:
5.2.1. Dónde ubicar los almacenes y los centros de distribución.
5.2.2. Externalizar o gestionar internamente la red logística.
5.2.3. Almacenes centralizados o descentralizados.

5.3. Análisis del inventario.

5.4. Organización del almacén y sus procesos.

5.5. Productos vs procesos productivos:
5.5.1. La matriz de Miltenburg.
5.5.2. Tipos de procesos y los outputs entregan.
5.5.3. Las palancas para transformar los procesos.
5.5.4. Caso práctico.

5.6. Análisis de la complejidad.

5.7. Valoración de los indicadores.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

5.8. Evaluación de las técnicas de previsión de la demanda.

5.9. Identificación del modelo actual de operaciones.

5.10. La cadena de suministro en las empresas de servicios.

MÓDULO 6. Paso 3. Rediseñar la estrategia de operaciones. Cerrar la brecha

8 horas

Durante el desarrollo de los pasos anteriores, se ha realizado un detallado análisis que ha permitido identificar una brecha entre lo que las operaciones pueden ofrecer, lo que los clientes esperan y la estrategia de la compañía.
Toca ahora decidir si se necesitan algunos ajustes o si, por el contrario, se debe realizar una transformación más profunda para cerrar la brecha detectada y conseguir que las operaciones estén completamente alineadas con la compañía y sus clientes.

6.1. Objetivo del módulo. Introducción.

6.2. Casos prácticos.

6.3. Capacitación del personal.

6.4. Alineación de todos los eslabones.

6.5. La cadena de suministro ágil.

MÓDULO 7. Paso 4. De la estrategia a la acción. Implantación de la nueva estrategia

8 horas

7.1. Objetivo del módulo. Introducción.

7.2. La visión. Hacia dónde dirigir las operaciones.

7.3. Riesgos que impiden una implantación exitosa de la estrategia.

7.4. La implantación de la estrategia y cómo gestionar la parte emocional:
7.4.1. Crear el contexto.
7.4.2. Impulsar el desempeño.

7.5. Casos prácticos.

MÓDULO 8. Las operaciones 4.0 y la estrategia

8 horas

Un proceso de digitalización debe iniciarse si ayuda a la compañía a ser más rentable y competitiva o a entregar el valor prometido al cliente de forma más eficiente. Este último módulo del curso presenta los pasos a seguir para establecer un plan de transformación digital en la empresa que esté alineado con la estrategia de la compañía.

8.1. Objetivo del módulo.

8.2. Planificación de un proceso de digitalización.

8.3. Propuesta de valor vs trade-off. Cuando aplicar las nuevas tecnologías a esta gestión.

8.4. Uso de nuevas tecnologías en el entorno actual. Cómo ganar resiliencia.

8.5. Tecnología disponible para diferentes eslabones de la cadena de suministro.

8.6. Caso práctico. El caso de L´Oreal.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

Estrategias de Operaciones para la Creación de Valor

Autor

Ángel Caja
Máster Ejecutivo en Dirección de Operaciones y SCM. Director de Operaciones y Supply Chain con dilatada experiencia gestionando diversas plantas productivas y logísticas. Ha liderado, además, diversos cambios y transformaciones de las operaciones hacia entornos Lean con mejoras de productividad y servicio, para adaptar las operaciones a los nuevos escenarios cambiantes de la demanda, tomando siempre como base la mejora continua y el trabajo en equipo.

Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.