



Curso Online de **Diseño de Estrategias de Operaciones** alineadas con las expectativas de los clientes

Metodologías y herramientas para crear valor a través de la estrategia de operaciones.

ARGENTINA
(54) 1159839543

BOLÍVIA
(591) 22427186

COLOMBIA
(57) 15085369

CHILE
(56) 225708571

COSTA RICA
(34) 932721366

EL SALVADOR
(503) 21366505

MÉXICO
(52) 5546319899


Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



atcliente@iniciativasempresariales.edu.es
america.iniciativasempresariales.com
Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp
(34) 601615098

PERÚ
(51) 17007907

PANAMÁ
(507) 8338513

PUERTO RICO
(1) 7879457491

REP. DOMINICANA
(1) 8299566921

URUGUAY
(34) 932721366

VENEZUELA
(34) 932721366

ESPAÑA
(34) 932721366

Diseño de Estrategias de Operaciones alineadas con las expectativas de los clientes

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 y la estrategia de la compañía y 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 Educación On-line

Con más de 25 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.

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

1 La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado.

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 este curso.

4 *Trabajar* con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.

Diseño de Estrategias de Operaciones alineadas con las expectativas de los clientes

Método de Enseñanza

El curso se realiza on-line a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite, si así lo desea, descargarse los módulos didácticos junto con los ejercicios prácticos de forma que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta.

A cada alumno se le asignará un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

El curso incluye:



Contenido y Duración del Curso

El curso tiene una duración de **80 horas** distribuidas en 8 módulos de formación práctica.

El material didáctico consta de:

Manual de Estudio

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

Material Complementario

Cada uno de los módulos contiene material complementario que ayudará al alumno en la comprensión de los temas tratados. Encontrará también ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Diseño de Estrategias de Operaciones alineadas con las expectativas de los clientes

Este curso le permitirá saber y conocer:

- Cómo diseñar y alinear la estrategia de operaciones con las expectativas del cliente y hacer de ellas un centro de creación de valor para la compañía y para los clientes.
- Cómo identificar y entender la información necesaria para diseñar la estrategia de operaciones.
- Cómo identificar y entender el modelo actual de la organización de operaciones.
- Cómo evaluar la organización de las operaciones para identificar qué atributos se entregan a nivel ganador de pedidos y cuáles no.
- Cómo 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.
- Cómo alinear a todos los eslabones de la organización.
- Qué aspectos emocionales son los principales obstáculos para la implantación exitosa de la estrategia y cómo gestionarlos para transformarlos de un riesgo a una oportunidad.
- Cómo gestionar la relación entre la propuesta de valor y su trade off.
- Qué puede aportar la digitalización para acelerar y facilitar la consecución de los objetivos de la empresa.
- Cómo 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.

Diseño de Estrategias de Operaciones alineadas con las expectativas de los clientes

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.

Este módulo muestra 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.

Diseño de Estrategias de Operaciones alineadas con las expectativas de los clientes

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.

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.

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.

Diseño de Estrategias de Operaciones alineadas con las expectativas de los clientes

- 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.
- 5.8. Evaluación de las técnicas de previsión de la demanda.
- 5.9. Identificación del modelo actual de operaciones.

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.

Diseño de Estrategias de Operaciones alineadas con las expectativas de los clientes

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. Tecnología disponible.
- 8.4. Caso práctico. El caso de L'Oreal.

Diseño de Estrategias de Operaciones alineadas con las expectativas de los clientes

Autor

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:



Ángel Caja

Máster en Ingeniería y Aseguramiento de la Calidad y en Dirección de Plantas Industriales. Máster Ejecutivo en Dirección de Operaciones y SCM, cuenta con amplia experiencia en la gestión de operaciones y toda la cadena de suministro coordinando múltiples instalaciones, fábricas y almacenes.

Especialista en el diseño y alineación de estrategias de operaciones que hagan de éstas un centro de creación de valor para el cliente.

El autor y el equipo de tutores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

Titulación

Una vez finalizado el curso de forma satisfactoria, el alumno recibirá un diploma acreditando la realización del curso **DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE OPERACIONES ALINEADAS CON LAS EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES**.

