



Por Clotilde HANNETEL,
Fundadora y Directora de AHAZ
www.achazconsulting.com

• EN TIEMPOS DE CRISIS, SALIMOS DE LA CONCHA

Todavía estamos en tiempos de crisis y todas nuestras empresas tienen que afrontar cada día muchos retos para asegurar su futuro. En los departamentos de Compras somos reconocidos por apoyar a nuestros business partners en temas de ahorro de costes y optimización de contratos. Pero tenemos mucho más que ofrecer a nuestras organizaciones y ahora es un buen momento para salir de nuestra "zona de confort".

«EL MEJOR MOMENTO PARA PLANTAR UN ÁRBOL FUE HACE VEINTE AÑOS. EL SEGUNDO MEJOR MOMENTO, ES HOY», dice el proverbio chino

«El mejor momento para plantar un árbol fue hace veinte años. El segundo mejor momento, es hoy» dice el proverbio chino. Siguiendo este proverbio, no es necesario esperar. Ahora mismo como responsables de Compras, ¿qué semillas podemos plantar para añadir aún más valor al negocio? ¿Cuáles de estas semillas nos pueden traer frutos lo suficientemente rápido? En mi opinión, tenemos cuatro tipos a nuestra disposición.

Primero, dentro de nuestras propias organizaciones, tenemos que incrementar nuestra presencia al lado de nuestros "business partners", para trabajar con ellos más pro-activamente y con una mayor anticipación. El ritmo del negocio todavía se acelera, y nos queda aún menos tiempo que antes para reaccionar. Activarnos así en lugares de decisiones donde no solemos estar, nos permite anticipar las peticiones de nuestros compañeros y preparar nuestra red de proveedores para los posibles cambios y novedades. Esto es una "invitación a invitarse" a las reuniones donde se abordan los planes de fabricación, el futuro de las ventas, de los productos en fase de desarrollo y participar de manera activa. Lo que se trata hoy, tiene un impacto en nuestro medio plazo, ¡incluso corto! Por lo tanto, una manera

de poder ser un "partner" más eficaz es adelantar nuestra implicación.

En segundo lugar, tenemos que fortalecer la relación con nuestros proveedores estratégicos. Ellos tienen algunas de las claves de nuestro éxito futuro. Esto supone haber identificado bien quiénes son y empezar un verdadero camino de colaboración. Supone compartir planes comunes de desarrollo de negocio, recursos para dar a luz a las innovaciones y procesos de trabajo para mayor eficiencia. Todo esto debe residir dentro de un marco específico, que garantiza confidencialidad, respeto, ilusión común para crecer. Se denomina Supplier Relationship Management (SRM). No solo somos actores en la mejora del resultado, sino también de la facturación. Llama la atención, ¿no?

Asimismo, otro eje muy importante de la gestión de Compras -especialmente en tiempos de crisis- es la gestión de los riesgos en la cadena de suministro. Por supuesto, los riesgos aumentan y no estamos acostumbrados a gestionar los riesgos de manera detallada. Ahora tenemos una responsabilidad en este aspecto para garantizar la continuidad del negocio. Por lo tanto es muy importante ponerlo en marcha en total acuerdo con

todos nuestros grupos de interés (directores de fábrica, supply-chain, financiero...). No es un camino fácil, requiere bastante tiempo para obtener datos, y la confianza necesaria de los proveedores. Pero, en el momento de finalizar el plan de gestión de riesgos, obtenemos el beneficio incalculable del fortalecimiento de nuestra posición dentro de la organización.

El último eje de trabajo, consiste en la fluidificación de los procesos a través de herramientas de e-procurement. En tiempos de crisis necesitamos recursos enfocados a las acciones más estratégicas de la función descritas anteriormente. Por lo tanto, estas herramientas ayudan a reducir considerablemente las tareas de menor valor añadido. Otra manera de demostrar nuestra capacidad para gestionar el cambio.

Al fin y al cabo, hablamos de salir de "nuestra concha" y liderar más activamente los procesos de compras: anticipación de las peticiones internas, seguridad en la continuidad del negocio, crecimiento de la facturación. Nos afirmamos así como actores imprescindibles del éxito de nuestras empresas. Empezando ahora, seguro que no habrá que esperar 20 años para cosechar los frutos.