

Cuatro nuevos retos para abastecimientos

A principios del 2016, The Hacket Group presentó un estudio llamado “[Reduce Purchase Costs, Improve Agility, and Become a Trusted Advisor](#)”, realizado por Patrick Connaughton y Christopher Sawchuk, enfocado en identificar los asuntos prioritarios en la agenda ejecutiva de abastecimientos.

Las 4 prioridades principales que identificó el estudio son: Convertirse en un consejero confiable, Mejorar la agilidad de la organización, Incrementar su influencia sobre el gasto y Contar con habilidades para general la innovación por parte de los proveedores.

Como hemos venido mencionando en colaboraciones anteriores, el enfoque exclusivamente en reducir el costo, empieza a dejar de ser una de las altas prioridades de las organizaciones que tienen una función de suministros madura, y esto da lugar a un nuevo tipo de comprador que debe influir fuertemente en las decisiones táctica y estratégicas de la operación.

Para soportar el comentario anterior, el 85 % de las empresas participantes en este estudio pusieron como prioridad crítica o principal, a la reducción del costo comparado con un 81% de los que colocaron al elevar el rol de abastecimiento como un consejero confiable.

Reforzando nuestro comentario de un post anterior, “[Cuidando la reputación de la marca](#)”, 63% de las organizaciones ubicaron como una prioridad crítica o principal, para el área de suministro fortalecer/ proteger la marca de la compañía, lo que la ubicó en el octavo lugar de las más mencionadas.

En una matriz muy interesante, los autores colocan las áreas críticas de desarrollo mencionadas por los ejecutivos en dos ejes, la importancia, que varía de baja a alta, y la habilidad para alcanzarlo, que se mueve también en un rango de bajo a alto. La capacidad para destapar la innovación de los proveedores, es para la cual se considera que las organizaciones están menos preparadas, aunque en este momento se consideran que tiene una importancia media, y la capacidad de compras de ser visto como un consultor confiable, es la que presenta la mayor importancia, pero afortunadamente en este caso, se consideran que las organizaciones tiene una habilidad moderada para alcanzarla



Para que el comprador sea considerado un “Consejero confiable”, es necesario que se sienta comfortable con el manejo de la tecnología, tenga una gran capacidad para expresar sus ideas en el lenguaje del negocio, y sea políticamente hábil para navegar en la gran complejidad de las organizaciones para poder liderar el cambio. Las tres características más mencionadas en estudio para un consejero confiable son: entregar consistentemente los resultados básicos esperados por la organización, 77%, contratar y retener personal de alto calibre, 64%, y finalmente, incrementar la agilidad, con un 61%.

Para el reto de contribuir a “Mejorar la agilidad”, es necesario contar con 4 atributos esenciales:

- Tomar decisión proactivamente, como base a la información y análisis en tiempo real.
- Liderar fuerza para digitalizar la cadena de valor, incluyendo las operaciones internas
- Contar con un proceso de planeación centrado en cliente y la toma diaria de decisiones del negocio.

- Un sistema de administración de operaciones que permita realizar cambios en la cadena de suministro basado en las preferencias de los clientes, las situaciones competitivas del mercado y las estrategias del negocio.

Para responder al reto de “Incrementar su influencia sobre el gasto”, las organizaciones deben concentrarse en el llamado “[tail spend](#)”, que esencialmente implica tener visibilidad sobre este tipo de compras, reducir las compras Maverick y obtener ahorros.

Finalmente, la capacidad de destapar la innovación de los proveedores, es posiblemente el tema más rezagado, iniciando por la falta de indicadores claves específicos con relación a la innovación, así como la ausencia de procesos diseñados para soportar la creación de ideas radicales. Si a esto le sumamos el involucramiento tardío del área en el desarrollo de productos y servicios, su capacidad de generar impacto mediante ideas radicales es limitada. Es necesario crear un sistema de rastreo y medición sobre las propuestas novedosas de proveedores y una mayor colaboración con las áreas de desarrollo para poder cumplir este objetivo.

Para aquellos que pensaban que la profesión estaba llegando a su madurez como aparecen nuevos retos en el futuro que demandan que el área se mantenga en constante evolución y siga siendo considerada un área estratégica para el negocio.