

## Los perfiles innovadores del comprador

Ante la insistencia de transformar al comprador en un generador de innovación, dentro y fuera de la organización, se realizó un estudio entre 100 ejecutivos senior de compras del Reino Unido para identificar los tipos de innovadores que existen.

El estudio realizado por petición de Waxdigital, se presenta en un artículo llamado [“What type of procurement persona are you?”](#) publicado por Lucy Dixon, en Supply Chain Digital y define 4 tipos genéricos de perfiles:

- El Visionario de alto nivel
- El Activista iluminado
- El Estratega temprano
- El Profesional pragmático



El mismo estudio, identificó que el menos el 80% de los participante están buscando cambiar el “status quo” de sus organizaciones vía innovación, pero menos del 20% son “Innovadores visionarios” y muchos están tomando caminos diferentes para alcanzar su potencial innovador.

Solo el 18% se identificaron como “Visionarios de alto nivel”, que significa que están comprometidos con un profundo uso de tecnología para explotar la información y generar nuevos modelos de negocio y estrategias basado en el análisis de los datos.

El mayor grupo lo representaron los “Activistas iluminados”, con un 36%, que son los que exitosamente guían el cambio a través de dar valor mediante una alta adopción de tecnologías de información. Consideremos que este grupo es adicto a la tecnología pero no tanto a la estrategia.

El segundo grupo en importancia, son los “Estrategas tempranos”, que aún están sembrando las semillas de la innovación y por lo tanto tienen muchas oportunidades en el futuro. Su reto es iniciar la implantación de tecnologías que generen las condiciones para que la innovación crezca y se consolide.

Los “Profesionales pragmáticos”, son un 20% del grupo. Estos no se enfocan en este momento tanto en la innovación, pero están abierto a considerarla como un medio para mejorar la prácticas de compras. Para ellos, la innovación es un medio y no un fin.

Si quieres saber cuál es tu perfil, debes seguir esta liga, “What type of procurement innovator are you?” y responder un cuestionario de 8 preguntas, de opción múltiple en inglés. En mi caso, el perfil resultó ser “Visionario de alto nivel” y en general, me gustó la estructura de las preguntas y las respuestas disponible, ya que abarcan varios aspectos asociados con la visión, las estrategias y las tecnologías.

Una conclusión del estudio, es que casi todos los profesionales de compras ven valor en la innovación y se están involucrado con ella, ya sea a nivel departamental, o influenciando a toda la organización.

Tengamos presente que las ideas solo pueden resultar en innovaciones luego de que se implementan como nuevos productos, servicios o procedimientos, cuando realmente encuentran una aplicación exitosa. La

innovación, implica convertir una idea creativa en una solución a un problema o una necesidad y puede realizarse a través de mejoras y no solo de la creación de algo completamente nuevo.

El modelo de Innovación que se busca implementar es el de Innovación Abierta (Open Innovation), donde las organizaciones ya no pueden quedarse solamente con su propia fuerza innovadora, sino que están cada vez más supeditados a la integración y utilización de informaciones y competencias externas que pueden provenir de clientes o proveedores. Es por esto que la tecnología de información es tan relevante.

Bajo los actuales modelos de negocios “guiados por la demanda”, es indispensable que las áreas de suministro entiendan las demandas del mercado y sean capaces de alinear sus herramientas tecnológicas con la satisfacción de los clientes actuales y potenciales. Debemos dar prioridad a la innovación guiada por la demanda sobre la empujada por los proveedores y en este proceso el comprador tiene la gran responsabilidad de alinear a su red de proveedores con las necesidades de los clientes finales. Para mayor información ver el post “[El impacto del Crowdsourcing en la cadena de suministro](#)”.