

Abastecimiento 2020

Es interesante cuando una empresa como Amazon se interesa por un tema, en este caso el de los abastecimientos y sus aplicaciones tecnológicas. En un documento llamado Procurement 2020, Amazon Business nos enseña como desde una “startup”, hasta una multinacional, se pueden beneficiar significativamente de la revolución digital de las compras.



Si bien los ahorros continuarán siendo un factor crítico en la función de abastecimiento, la eficiencia del área sigue creciendo en importancia como un elemento para las decisiones estratégicas de toda la organización. Las soluciones digitales de abastecimiento, están explorando nuevas formas para modificar radicalmente la manera en que los negocios optimizan sus gastos que crean valor para los accionistas. Un estudio realizado por la firma de consultoría Ayming, indicó que el desarrollo tecnológico del área era visto como una de las prioridades más altas del negocio por el 79% de los participantes.

La dinámica de los nuevos mercados, requiere que compras esté preparada para enfrentarlos y toma ventaja de los precios disponibles y de los requerimientos de corto plazo, además, las compras digitales también protegen contra la incertidumbre de la economía global mediante la aplicación de analítica avanzada, que permite tomar mejores decisiones de gastos al incorporar el análisis de riesgo en combinación con la analítica de datos, el “machine learning” y la minería de procesos, todo esto permitirá a la función actuar como un consejero de negocio que generará recomendaciones que impactarán en el presente y el futuro del negocio.

La complejidad que generalmente se asocia a los procesos de compra, hace que los usuarios busquen formas de evadirlo, lo que hace que la organización pierda grandes oportunidades en el mercado. Por otro lado, según el estudio de Deloitte, llamado global CPO, 51% de los líderes de abastecimientos considera que su equipo no tiene las habilidades para cumplir con las estrategias que se requieren ejecutar en estos tiempos.

Cuando hablamos de procesos, tengamos presente que los milenials, como usuario y como colaboradores, esperan que todo trabaje en un dispositivo móvil, no esperan recibir ningún tipo de entrenamiento o instrucciones, el uso tiene que ser una experiencia simple en donde la plataforma los guíe sobre el proceso. Sin procesos intuitivos, será prácticamente imposible desterrar la práctica de las compras Maverick en las organizaciones.

Todo esto, hace que “la nube” se presente como la tecnología más adecuada para la automatización de los procesos del área, un estudio de The Hackett Group, encontró que la tecnología tiene el poder recortar el costo del proceso hasta en un 24% y reducir el tamaño del departamento en un 29%.

Las nuevas tecnologías, pueden ayudar al departamento de compras a solucionar los problemas asociados con el “gasto de cola”, que son esas compras que parecen insignificantes y se realizan muchas veces fuera de los procesos formales, pero que representan entre el 10% y el 15% el gasto

Ing. Jesus Campos Cortés

CPIM CIRM, C.P.M, PMP, CQIA, CEI, CSCP, CPSM, CPF, PLS, CS&OP, PRINCE2, CA-AM, CLTD

jcamposc@crmexico.com

<http://jesuscampos.mx/otras-publicaciones/>

total y puede requerir de más del 85% de los proveedores con los que la empresa trabaja. Al cuestionar a estos usuarios sobre las causas por las cuales no siguen los procesos oficiales, 34% indicaron que otros canales, como los e-marketplaces, resultan más simples de utilizar.

Un estudio realizado por Boston Consulting Group, encontró que el 80% de los compradores B2B están utilizando aplicaciones móviles en el trabajo, y un poco más del 60% , reportaron que las aplicaciones móviles presentaron un rol significativo en sus compras recientes, en estos mismos términos, 60% de los participantes esperaban continuar incrementando el uso de estas tecnologías.

En el futuro de las compras, el uso de las subastas inversas continuará teniendo un rol relevante, ya no con el enfoque de simplemente presionar para la reducción del precio, sino como parte de un proceso estratégico de compras que involucra la evaluación de proveedores, la gestión del riesgo, la supervisión del desempeño y los procesos de licitación.

En el caso particular de las pequeñas empresas, simplificar el proceso de compra es esencial, ya que el costo asociado con el control y la disminución del riesgo tiene un impacto económico relevante en su operación. Como muchas otras funciones, compras es una combinación entre administración y estrategia, y este trabajo administrativo, utiliza tiempo y recursos que se pudieron aplicar en tareas de mayor valor.

La creciente disponibilidad de soluciones en la nube, permiten a las empresas pequeñas reducir sus inversiones en tecnología y poder integrar a su operación aspectos avanzados como la robótica para la automatización de procesos, RPA, a un bajo costo.

Recordemos que el valor real del abastecimiento no es siempre obtener el precio más bajo posible, es en muchas ocasiones el construir relaciones de largo plazo, con un enfoque estratégico, para entregar el máximo valor para ambas partes de forma continua.

Otro cambio relevante en la función de compras es con relación a sus indicadores de medición, en una Startup, generalmente las decisiones se basan en el costo o el impacto en el flujo de efectivo, en lugar de considerar los factores medioambientales, sociales y de gobierno, que cada vez serán más significativos para el crecimiento de la compañía y la atracción de nuevos clientes. La construcción de la marca, está directamente impactada por las prácticas de compras de la organización.