

## El departamento de compras, clave para ganar en competitividad

**Fernando Vázquez.**

Area Developer de Expense Reduction Analysts



El departamento de compras tiene un rol fundamental en las compañías, ya que de él depende en gran medida el éxito empresarial. Su alta capacidad de generar oportunidades y aportar valor, sumado a que es el encargado de que el engranaje de la empresa funcione, le convierten en la clave si queremos lograr un aumento en nuestra competitividad.

¿Y quién está al timón de este gran transatlántico? Pues no es otro que el jefe de compras, una figura primordial, pues de su visión global, sus decisiones estratégicas y su capacidad de trabajo de-

perderán los buenos resultados de toda la organización. Pero la base de nuestro éxito no se basa solamente en una buena elección del líder de Compras, sino que influyen otros factores. Si queremos destacar en un mercado cada vez más ajustado y competitivo, debemos ponernos al frente de la innovación y adaptarnos a las necesidades que surgen de forma continua.

Tradicionalmente Compras ha sido considerado un departamento dedicado a la optimización de costes. Actualmente, nada puede estar más lejos de la realidad, ya que es quién garantiza la capa-

“

*el 56% de las organizaciones aún compra de forma aleatoria, Compras sabe que las prioridades, sus funciones y su campo de actividad han cambiado exponencialmente.*

cidad de competencia de las empresas a través del suministro y la optimización de los procesos. Si hasta ahora sus funciones se centraban en optimizar los costes de compra, mejorar los procesos y crear interfaces con los proveedores, los nuevos tiempos han traído un replanteamiento del orden establecido. Si bien es cierto que nuestro estudio "Rising the occasion" saca a relucir que el 56% de las organizaciones aún compra de forma aleatoria, Compras sabe que las prioridades, sus funciones y su campo de actividad han cambiado exponencialmente. El encadenamiento de años de crecimiento económico dinámico y constante han supuesto un soplo de aire fresco para este departamento, que ha visto cómo ahora es identificado como un facilitador de la producción.

Sin embargo, esta función siempre acaba siendo más productiva si se suman esfuerzos.

Aunque el área de Compras vive tiempos de bonanza, también tiene su propio talón de Aquiles: la falta de recursos y conocimiento y unas estructuras insuficientes en Tecnologías de la Información (TI). Estos factores contribuyen a que el 60% de estos departamentos no apliquen una gestión activa de los riesgos y puede comportar que las empresas pierdan oportunidades de optimización y, por tanto, de negocio.

### APROVECHAR LAS TI PARA MEJORAR LA EFICIENCIA

La fórmula magistral para llegar a buen puerto nos obliga a aprovechar el máximo potencial de las herramientas de TI, evitar la temida compra analógica y establecer garantías de suministro. Además, si nuestro foco está puesto en lograr beneficios de los costes del proceso, debemos apostar, de forma clara y contundente, por

la digitalización y la automatización de los procesos de compra. La realidad es que aquellas empresas que han puesto toda la carne en el asador han mejorado su eficiencia en un 13%.

¿Cuál es la solución para alcanzar esta situación óptima? Todos sabemos que son procesos costosos, pero son realmente necesarios si queremos mantener nuestra posición en el mercado. La clave es generar más recursos financieros a través de la optimización. Ni más ni menos. De hecho, son muchas las empresas que apuestan por invertir más recursos en TI para poder seguir en la cresta de la ola. Éste es precisamente uno de los factores clave del éxito. Sin inversión, no hay competitividad.

### EL CONSULTOR EXTERNO COMO VÍA PARA INCREMENTAR EL ÉXITO EMPRESARIAL

Sabiendo que aquellas empresas que gastan parte de su dinero en la propia organización tienen un 9% más de éxito, ¿a qué esperan las demás? Habitualmente, las empresas lo achacan a la falta de experiencia, tiempo o conocimiento, pero eso nunca puede ser una excusa para quedarse atrás en la carrera competitiva que se corre día a día en el mercado. Todo lo contrario, la voluntad de desarrollar marcos de procesos eficientes debe ser un aliciente para buscar ayuda externa que consiga potenciar lo mejor de ti y hacerte rendir al máximo de tus posibilidades. ¿Por qué no nos planteemos incorporar a un consultor? Este partenariat es un win-win en toda regla, pues esta persona aporta todo su conocimiento para mejorar los procesos internos del departamento y lograr el máximo rendimiento. Si no hay posibilidades de ahorro, se demuestra el buen hacer de Compras, y si hay, todos salen beneficiados.



Tres años de experiencia, hemos probado que las empresas medianas entre 100 y 1.000 empleados son las que sacan el máximo provecho a la presencia y asesoramiento de un consultor externo. Además de optimizar los procesos, aumentar el conocimiento y la experiencia del personal, al final del proceso experimenta un incremento del 20% en su éxito empresarial y su capacidad competitiva. ¿Qué más se puede pedir? Esta dinámica genera un efecto dominó, ya que, gracias a este aumento, las empresas mejoran su potencial y eficiencia y ganan cuota de mercado. Y todo ello simplemente estableciendo una garantía de suministros y reduciendo los costes de aquellas categorías no estratégicas.

Si como empresa luchamos por mantener la excelencia empresarial y por lograr el éxito, debemos tener muy claras nuestras prioridades y elementos diferenciadores respecto a nuestros competidores. Al final, todo se basa en definir una estrategia de compras, contar con la ayuda de asesores externos y desarrollar y optimizar todas las herramientas que haya a nuestro alcance. Sólo así logremos aumentar nuestra ventaja competitiva.

¿Sencillo, verdad?



**FERNANDO VÁZQUEZ**

Ingeniero industrial por la Universidad de Oviedo. Fernando Vázquez trabajó durante 10 años en Accenture, donde ocupó diferentes cargos hasta ser Senior Manager de Servicios Financieros. Estuvo involucrado en grandes proyectos de renovación tecnológica para grandes entidades financieras españolas, tanto en España como en América Latina. En octubre de 2007, se incorpora a Expense Reduction Analysts, siendo además de Socio Consultor, Area Developer de las regiones Norte, Centro y Sur de España.

Sectores de especialización: suministro de Energía