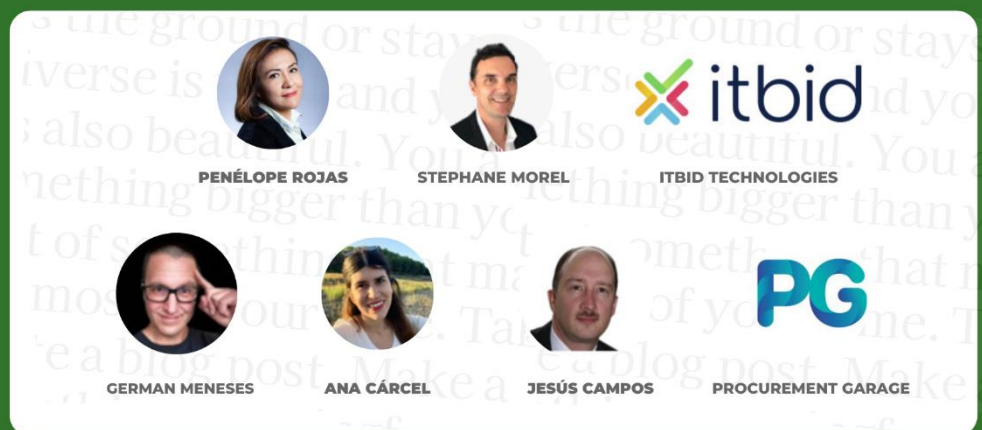


Publicaciones Top en compras

ABRIL - PUBLICACIONES TOP EN COMPRAS



ÍNDICE	N.º página.
ITBID TECHNOLOGIES	
- <i>IA en Compras. ¿Moda?</i>	2
Penélope Rojas	
- <i>Método Harvard en Compras</i>	4
- <i>Stakeholder Management</i>	6
- <i>Ahorros, ¿son los objetivos en Compras?</i>	8
Stephane Morel	
- <i>Procurement Digitalization</i>	10
- <i>Procurement maturity assessment</i>	12
- <i>Procurement Upgrade</i>	13
Procurement Garage	
- <i>Strategic Sourcing</i>	15
Jesús Campos Cortes	
- <i>Mejorar el impacto Social en Compras</i>	16
Ana Cárcel	
- <i>Compras es un trabajo de Futuro</i>	17
- <i>Compras en China. Masterclass</i>	18
Germán Meneses	
- <i>Riesgo en Abastecimiento</i>	21



ITBID TECHNOLOGIES

<https://www.linkedin.com/company/itbid-technologies/>

La IA no es una moda, es una nueva fase evolutiva del progreso tecnológico y computacional que ha venido a implementarse y mejorar para siempre infinidad de ámbitos y sectores económicos y profesionales.

En el sector #compras y en la #cadenadesuministros ya hay compañías que la están aplicando en sus procesos.

A continuación, te mostramos los **beneficios de la IA** que pueden comportar para las empresas:

Optimización de la gestión de inventarios: La IA puede analizar los datos históricos y actuales de la demanda y la oferta para predecir la cantidad y el tipo de inventario que se necesita en tiempo real, lo que reduce el riesgo de exceso o falta de inventario.

Mejora de la eficiencia operativa: La IA puede analizar los procesos de la cadena de suministro para identificar ineficiencias y puntos de mejora. Esto permite a las empresas optimizar su cadena de suministro para reducir costos y mejorar la eficiencia.

Reducción de errores humanos: La IA puede automatizar tareas repetitivas y propensas a errores humanos, lo que reduce la posibilidad de errores y mejora la precisión.

Detección de problemas en tiempo real: La IA puede monitorear continuamente la cadena de suministro para detectar problemas en tiempo real, lo que permite una respuesta rápida y efectiva.

Mejora de la toma de decisiones: La IA puede analizar grandes cantidades de datos de la cadena de suministro y proporcionar información valiosa y en tiempo real para ayudar a las empresas a tomar decisiones informadas.

Detección y prevención del fraude: La IA puede detectar patrones y anomalías en los datos de la cadena de suministro que pueden indicar fraude o actividades ilegales, lo que ayuda a prevenir el fraude y proteger la empresa.

Y sobre este último punto, te mostramos 4 técnicas de detección de fraude en la #supplychain gracias a la ayuda de la inteligencia artificial con nuestra siguiente infografía:

Técnicas de detección de fraude en la **Supply Chain** con la IA

La IA puede analizar grandes conjuntos de datos y relaciones comerciales para detectar patrones y proveedores sospechosos en la cadena de suministro.



1. Análisis de grandes conjuntos de datos

Puede analizar grandes cantidades de datos de la cadena de suministro para detectar patrones y anomalías que podrían indicar la presencia de fraudes. Los algoritmos de aprendizaje automático pueden aprender de estos patrones y detectarlos en tiempo real.



2. Identificación de proveedores sospechosos

Puede analizar las transacciones y relaciones comerciales entre empresas para identificar proveedores sospechosos. Si una empresa tiene un historial de fraude en sus transacciones, la IA puede identificarla y advertir a otras empresas para evitar hacer negocios con ella.



Técnicas de detección de fraude en la **Supply Chain** con la IA

La IA permite monitoreo continuo e integración de fuentes de datos externas para detectar actividad sospechosa en la cadena de suministro y tomar medidas preventivas.



3. Monitoreo continuo

Puede monitorear de manera continua la cadena de suministro para detectar cualquier actividad sospechosa. Esto permite que las empresas tomen medidas inmediatas para detener el fraude antes de que cause más daño.



4. Integración de fuentes de datos externas

Puede integrar fuentes de datos externas, como noticias, redes sociales y otros sitios web, para identificar cualquier actividad sospechosa relacionada con la cadena de suministro. Esto puede ayudar a las empresas a anticipar problemas y tomar medidas preventivas.





PENÉLOPE ROJAS

<https://www.linkedin.com/in/peneloperojas>

MÉTODO HARVARD EN COMPRAS

En Compras resulta muy útil el método de Harvard para negociar: ¿en qué consiste? 📌

→ Este método resalta encontrar soluciones en las que todos salgan ganando, sin la necesidad de tener un enfrentamiento o acercamientos agresivos atacando a los demás., sino que se trata de ver a la otra persona como un aliado estratégico.

💛 El método Harvard busca crear mejores relaciones interpersonales y uno de los beneficios es que las personas podrán volver a reconectarse con sus socios estratégicos en tiempos de crisis (por ejemplo en pandemias)

Por otro lado, sus creadores aseguran que este método puede ser utilizado por cualquier persona,

Los elementos del método Harvard de negociación son:

✅ Posiciones

Es la actitud que tienes frente a la negociación, es el punto de partida.

✅ Intereses

Es todo aquello que NO compartes con tu contraparte y teniendo una posición flexible y abierta te garantizará el éxito de la negociación.

✅ Opciones.

Una vez conocidas posiciones e intereses se trata de valorar qué opciones reales quedan para satisfacer a las partes llegando a un acuerdo óptimo.

✅ Alternativas.

Siempre hay que tenerlas dependiendo de cómo evolucione la negociación. En caso de no llegar a un acuerdo habrá que compararla con las opciones de acuerdo.

✅ Criterios.

Se realiza una evaluación objetiva de las soluciones intentando dejar a un lado las subjetividades de las partes.

✅ Relación.

Separa el problema de la persona, ya que ésta nunca debe afectar a la negociación y tampoco debe ser un problema que no permita avanzar.

Recuerda que nada es personal, es un negocio.

✅ Compromisos.

Estos son las promesas verbales que si se cumplen se convierten en acuerdos duraderos.

✅ Comunicación.

La expresión, tanto verbal como no verbal tiene gran influencia y la recomendación es siempre negociar “en persona” para establecer una relación de confianza.

Este tipo de negociación es colaborativo: este método resulta de los más benéficos para una negociación, ya que el resultado siempre favorece a las dos partes, ya que ambas salen ganando.

* El método Harvard se basa en la comunicación y el trato justo. Su mayor ventaja es una alta aceptación de los resultados de la negociación y que tiene un efecto positivo en la velocidad de implementación de esos resultados.

🏆 Este es el famoso win-win o ganar-ganar

💪 Personalmente es el tipo de negociación que más utilizo en mis negociaciones.

🐒 No me gusta tomar la posición hiperagresiva, porque a la larga creas más problemas que "ganar" una negociación en el corto plazo.

Como ejemplo de esto ve la serie de Succession, la familia Roy tira a matar, ocasionándoles muchos problemas y enemigos.

¿Qué te pareció? ¿Lo has utilizado?

¿Estás de acuerdo?

Stakeholder Management.

6 formas para que Compras se comunique de manera más efectiva con los usuarios y stakeholders 📌

Un desafío que los compradores enfrentamos continuamente es cómo comunicar de manera efectiva el valor agregado y la posición de compras dentro de la organización, particularmente entre los detractores que continúan cuestionando el propósito de la función.

Aquí hay seis maneras para que los compradores dominen el arte de la comunicación corporativa con los stakeholders.

→ 1. **COMPRENDER LAS PRIORIDADES DE LA ORGANIZACIÓN**

Si desea asegurar la aceptación de los usuarios asegúrate de comunicarte en términos que puedan comprender y relacionarse.

Recuerda que el rol de Compras, como cualquier otra función, es apoyar a la organización en general para lograr sus objetivos.

→ 2. **EDUCAR ... CON PACIENCIA**

Si estás logrando ahorros, impulsando la innovación e implementando iniciativas de sostenibilidad y diversidad de proveedores, es bastante frustrante enfrentarse a una gran cantidad de usuarios que aún no "obtienen" rápido sus requerimientos de compra.

Sin embargo, en lugar pelear y discutir con ellos, puedes comprometerte informando pacientemente sobre el trabajo que estás haciendo y por qué es importante, organiza eventos de capacitación cuando sea necesario.

→ 3. **PRIORIZAR LAS RELACIONES MÁS IMPORTANTES**

Construir relaciones requiere mucho tiempo. Prioriza las relaciones que más importan y trabaja para mejorar aquellas con una comunicación más frecuente y significativa.

→ 4. **PEDIR RETROALIMENTACIÓN**

No tengas miedo de pedir comentarios a los usuarios después de la finalización de un proyecto. ¿Cuál fue su experiencia de trabajar con Compras? ¿Qué procesos les funcionaron y cuáles no? La información que obtengas informará cómo será conveniente que te comuniques con ellos en el futuro y, en última instancia, impulsará mejores relaciones de negocios.

→ 5. **SÉ HONESTO Y TRANSPARENTE**

La honestidad y la transparencia son dos componentes esenciales de una comunicación eficaz. Construir buenas relaciones con los usuarios no significa que debas endulzar o evitar los problemas, tomar decisiones sin consultarlos o sin su aprobación, u omitir detalles importantes. Generarás confianza más rápido si abor das los problemas a medida que surgen e involucras a los usuarios en el proceso de toma de decisiones.

→ 6. **ESCUCHA ACTIVA**

Mejorar la comunicación con los stakeholders se trata tanto de escucharlos como de comunicarse activamente. Nunca asumas que sabes lo que necesitan. Mejor asegúrate de encontrar el tiempo para preguntarles qué quieren de ti y sé receptivo a sus inquietudes y consultas.

Colaborar con ellos te hará la vida más fácil, y de esta forma, ambos aprenden y valoran sus funciones.



¿Son los ahorros el objetivo de Compras?.

¿La obsesión por los ahorros es el mayor defecto de Compras? 😞

Voy a crear polémica, pero en mi opinión SÍ lo es. Domina en el escenario empresarial el pensamiento generalizado que, si no hay ahorros, los departamentos de Compras no generan ningún valor.

Y, personalmente creo que, este es un pensamiento equivocado y arcaico.

He trabajado en grandes trasnacionales y en la mayoría, todo el valor que se le atribuía a Compras se trataba de ahorros, y esto condujo a un hiper enfoque fuera de lugar que lo único que importaba era conseguir más y más ahorros; y al final del año, eras mal calificado si no se cumplían con esas metas (a veces irreales e inalcanzables).

Como consecuencia de esta obsesión, se generaba en los equipos una visión muy estrecha en la construcción del Presupuesto y el Plan Anual de Compras, así como un bajo compromiso con los colegas del área que no los alcanzaban (Por ejemplo: ¿Qué haces en épocas de entornos hiper inflacionarios o de volatilidad cambiaria, pandemias, etc.?).

La presión por obtener más ahorros causaba que se exprimiera a los proveedores a niveles ridículos de precios, que a la postre demostraban ser insostenibles y terminaban por no poder cumplirse.

Y obviamente después venían molestias, regaños y largas discusiones pidiendo explicaciones del porqué de las desviaciones al presupuesto y la "mala gestión de Compras".

Claro que muchas veces, esas metas venían del top management que no querían o no entendían el entorno socio económico - financiero nacional y mundial, ni tampoco importaba mucho la situación tan comprometida en la que ponían a los departamentos de Compras y así, a la larga, porque hay que decirlo claro y fuerte, si falla Compras, toda la empresa falla.

Cambemos esa mentalidad, que en buena medida, nosotros en Compras hemos creado o nos la han inculcado, y la promovemos constantemente.

Compras, Procura y Abastecimiento es mucho más que conseguir ahorros.

Compras es:

- * Estrategia de negocios
- * Innovación y nuevas tecnologías
- * Colaboración con los usuarios y stakeholders
- * Gestión de contratos
- * Niveles de servicio
- * Enfoque en el cliente
- * Sostenibilidad
- * Retorno de la inversión
- * Manejo de inventarios

- * Gestión de riesgos
- * Relaciones con proveedores
- * Costo total de la propiedad
- * Capital de trabajo
- * Gestión de categorías

OJO: NO estoy diciendo que no hay que buscar ahorros ni negociar precios, pero es muy importante que promovamos todo el valor y todo lo que nosotros en Compras somos capaces de lograr.

¡No todo en la vida de Compras son los ahorros!





STEPHANE MOREL

<https://www.linkedin.com/in/stephanemorel-spain>

Procurement Digitalization

Why I am a Prudent Optimistic Digitalization guy?

Procurement digitalization is a hot topic & priority. I surely see it as a key enabler to make our Procurement teams more efficient & effective.

To 10 key areas of focus:

✓ Prioritization of projects

Under limited resources, it is not easy to decide where to start.

I have seen many cases of "headless running chickens" in this field.

Even more complicated is to have good governance mechanisms, as well as solid project teams for the development, implementation & maintenance of the tech solutions.

✓ Choice of the tech solution

Advanced Excel, data visualization, RPA, chatbots, no / low coding are solutions to be considered before turning to software.

The blockchain, the metaverse & virtual reality are big words.

Strong expertise is required to understand all the options available to us.

✓ Definition of 'what for'

Based on a predefined process or framework, we must be clear about the pain points to be solved, what the desired results are.

We should not trust the wonderful benefits that software providers sell us; it is worth asking how they are going to solve our problems.

Often the process is created based on the solution: we create monsters.

✓ Ease of use above all

One of the Go / NoGo criteria of any tech solution is a friendly & intuitive use.

How many times have we seen a huge waste of resources for the implementation of a tool that in the end was hardly touched by the users because it was too complicated.

✓ Data mgmt.

The incalculable benefits of big data, text mining, etc. depend on the quality of the inputs.

The famous 'data lake' that was going to be wonderful has also proven to be somehow 'murky' with a lot of 'cleaning' work to be done.

✓ Evaluation of systems integration

Many companies have pursued the 'super single platform' dream by spending more & more money.

Now we bet on the famous "best-of-breed": in reality it is still complicated & expensive.

✓ Total cost of ownership

Depending on the stability of the company's processes & systems, Excels, bots, apps, dashboards will have to be maintained & reprogrammed very often.

The software will have numerous expensive evolutionary maintenance.

✓ Partner evaluation

We spend a lot of time reviewing the software itself. It is equally important to know the potential partner: culture, business strategy, our bargaining power, the possibility of influencing the product roadmap.

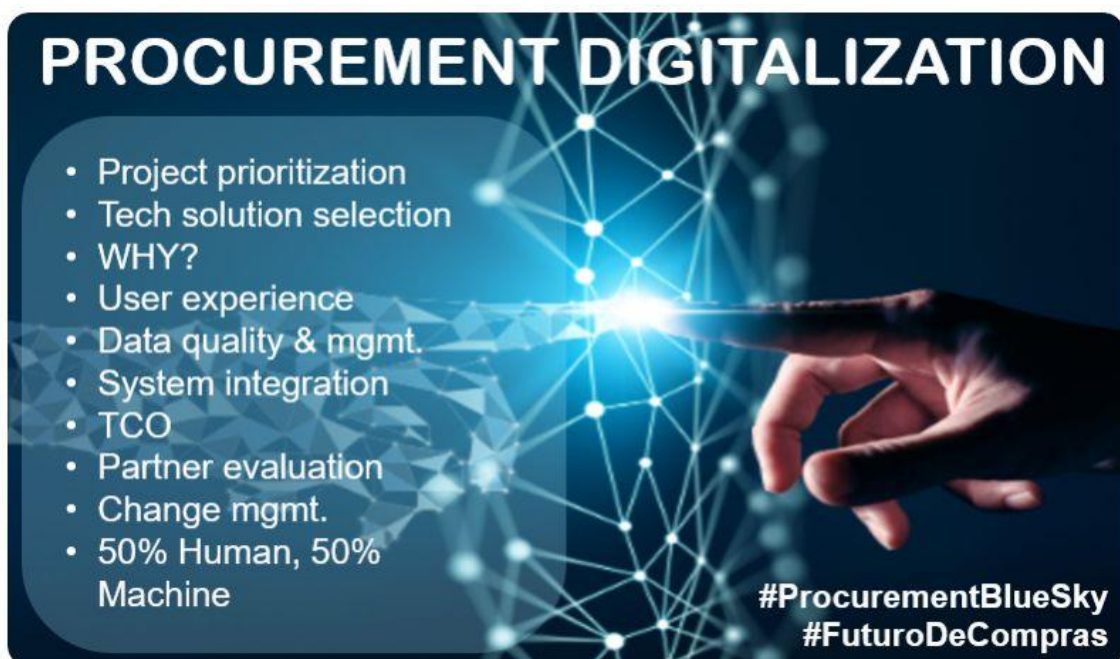
✓ Change mgmt.

How do we intend to motivate users, involve them, train them? How will we encourage & measure the good use of the tool within the organization?

✓ Half human, half machine.

It's about combination instead of polarization.

How do you digitize?



PROCUREMENT DIGITALIZATION

- Project prioritization
- Tech solution selection
- WHY?
- User experience
- Data quality & mgmt.
- System integration
- TCO
- Partner evaluation
- Change mgmt.
- 50% Human, 50% Machine

#ProcurementBlueSky
#FuturoDeCompras

Procurement Maturity Assessment

✗ I did #FAIL when assessing the procurement maturity

In my career, I had to assess several times the level of maturity of a Procurement organization.

I was once under pressure from my new boss to “deliver asap a comprehensive plan” for the Procurement department.

As a first step, I was quite confident to be able to make a fast & good audit of the function. I checked few numbers & other traditional maturity parameters; I interviewed the Procurement team; I crunched all that... job done.

Few weeks after, I realized that the “fast & good” was in fact closer to “quick & dirty”. In few cases, I made a biased evaluation of the situation. Some of the recommendations I made were simply not fully appropriate.

▶ First Attempt In Learning:

- ✓ Take enough time to do a good assessment.
- ✓ Engage with as many stakeholders as possible. Procurement team inputs are not enough.
- ✓ Prepare well the list of questions for the interviews. There is no space for improvisation.
- ✓ While interviewing, listen at 1000%. Do not allow your “little voice” to draw conclusions.
- ✓ Right down the exact words & vocabulary used by the interviewees. Do not rephrase immediately.
- ✓ Don't try to sell any Procurement great ambition during those conversations, as you are just at the assessment step... remember that ambition has not been built yet!
- ✓ Double or cross check the information as everybody tends to answer in a partial & biased manner.
- ✓ Before any final confirmation, seek for feedback on your preliminary work. There is nothing wrong in investigating a bit more & adjusting accordingly.

▶ My hints:

Now, I love to ask to both Procurement & stakeholders:

- ✓ Talking about Procurement and/or suppliers, can you share few recent victories?
- ✓ Talking about Procurement and/or suppliers, can you indicate any planned future success?

A very nice & powerful exercise to make with just 2 simple questions.

Any lessons learned to share about Procurement maturity assessment?

Procurement Upgrade

Over the last 6 months, I have been sharing my views on the Procurement Upgrade.

I asked a good friend to challenge me a bit. So did he!

He told me: "Stephane all good with what you say, but in a nutshell, what is your key message?"

🤔👉 Ok let's go for it:

1.- STRATEGY

- ✓ Are we formalizing the "WHY" first, at all levels, at any time, in Procurement?
- ✓ As business people, are we connecting the dots? Are we linking business strategic imperatives or needs with the most capable suppliers & market trends?
- ✓ Before starting any project are we thinking about how we are going to help the business rather than focusing maybe too much on procurement objectives?

2.- PEOPLE & COLLABORATION

- ✓ Are we taking care & combining well our diverse people & new profiles within the Procurement team?
- ✓ Do we have a clear learning plan for our people?
- ✓ Are we learning & progressing on how to effectively partner with our top stakeholders (so hard to select them among so many internal clients)?
- ✓ Are we on our way to do real Supplier Relationship Mgmt. (instead of Supplier Performance Mgmt.) with our top partners?

3.- PIPELINE

- ✓ Are we being super strong on choosing the most impactful projects?... we have far too many things to do with our limited resources.
- ✓ Do we have a good list of Procurement levers aligned to our ambition & level of maturity?
- ✓ Are we clear on our key procurement tools/methodologies (strategic sourcing, catman, should cost analysis, TCO analysis, Supplier Quality Mgmt., etc...)?
- ✓ Do we need & then how do we progress on our ESG and/or Risk Mgmt. Program(s)?

4.- OPERATING MODEL

- ✓ Does our org chart reflect our ambition & roadmap vs existing maturity level while combining the different new roles?
- ✓ Are we serious enough about blocking 10% of our overall Procurement people workload to have Squad teams for agile project mgmt.?
- ✓ Are we rigorous with our governance mechanisms?

5.- DIGITAL: process, data & tech in this order

- ✓ Are we revising & improving our most relevant (& painful) processes?
- ✓ Are our data mgrs. & analysts helping the organization in term of good data mapping, cleansing, mgmt. & reporting?
- ✓ Do we have a clear tech roadmap, a robust selection of our tech pilots? How are we progressing on deployment? Are we embedding those tech solutions as new ways of working?

That's my way to see it and how I try to explain Procurement Upgrade in simple words: so challenging & exciting in real life.

▶ It's about working on our Essentials to continue to evolve our function.

✗ I am sorry, there is no revolution here (and I am French...).

There is:

- Business acumen,
- Common sense,
- Courage to adjust & digitize our good old toolbox,
- Curiosity to test new things,
- Order & rigor,
- Willingness to integrate diverse people & profiles





PROCUREMENT GARAGE MÉXICO

<https://www.linkedin.com/company/procurement-garage-mexico/>

Strategic Sourcing

Strategic Sourcing es una metodología enfocada en decisiones estratégicas basadas en hechos, análisis e inteligencia de mercado.





JESÚS CAMPOS CORTES

[linkedin.com/in/jesuscamposc](https://www.linkedin.com/in/jesuscamposc)

Mejorar el impacto social de Compras

El comprador tiene el poder de #transformar su sociedad y debe de saber cómo usarlo.

La selección de un #proveedor no se limita a elegir el mejor que se encuentra disponible en el mercado, cuando la organización está realmente comprometida con mejorar su entorno social, es posible identificar grupos vulnerables que son capaces de proveer procesos o servicios que solo requieren de algunas competencias o recursos básicos.

Algunas tareas o productos candidatos para ser realizadas por este tipo de miembros de la sociedad son por ejemplo la verificación y limpieza de datos, call centers básicos, etiquetado de productos, armado de bundles, etc.

Existen 2 términos que identifican formalmente este tipo de compras, uno es conocido como impact sourcing y el otro como inclusive sourcing . Estos se deben incluir dentro de los esfuerzos de sostenibilidad del área y de la empresa en general.

Los pasos básicos para generar un impacto social son:

- 1 Definir metas de impacto social para compras.
- 2 Elaborar un caso de negocio de compras incluyentes con aprobación de la dirección.
- 3 Crear un equipo multifuncional para el desarrollo y gestión del tema.
- 4 Definir prioridades en actividades, grupos vulnerables y geografía.
- 5 Evaluar la estrategia en base a las oportunidades identificadas.
- 6 Desarrollar programas piloto soportados con claros indicadores.
- 7 Formalizar las acciones y comunicarlas al interior y al exterior de la empresa.
- 8 Reporta los resultados, realizar los ajustes necesarios y continuar buscando oportunidades.

Asumir un compromiso con este tipo de compras permite a tu empresa:

- ✓ Disminuir costos
- ✓ Participar activamente en la promoción de la diversidad
- ✓ Mejorar su competitividad en el mercado doméstico
- ✓ Cumplir los objetivos de CSR



ANA CÁRCEL

<https://www.linkedin.com/in/anacarcel>

Compras es un trabajo de futuro.

Qué necesita evolución.

Seguir en la dirección de conocer más el mercado, la necesidad del consumidor final y las exigencias de las áreas internas. Para innovar, proponer y diseñar nuevas soluciones.

Dejar de ir por detrás.

Ir de la mano con el negocio, con la empresa y con la actualidad. Compras tiene el potencial para hacer que la organización no se quede atrás. Ni en calidad, ni en precio, ni en la solución que oferta.

Parte de las tareas las hará el ordenador.

Propuestas de compras inteligentes, alertas para tus eventos más relevantes, el control para no quedarte sin stock y el seguimiento monitoreado de manera más eficiente.

Te podrás centrar en lo más aporta valor.

Será una combinación. Una extensión de tus habilidades que te libera de tareas repetitivas. Con mucha más información a tu disposición para tomar decisiones de manera más fácil, rápida y con menos errores.

Dime, ¿qué otros aspectos crees que van a evolucionar?



Compras vs China

20 enseñanzas que he aprendido después de años tratando con colaboradores y fabricantes chinos.

① Dicen “sí” pero no han entendido tu mensaje.

Les preocupa su reputación, no quieren dar apariencia de poco competentes. Invítalos a hacerte todas las preguntas que precisen.

② Tienen diferentes estándares en mente.

Si tú pides “buena calidad” tienes que explicar en qué consiste ese concepto. Puedes usar un checklist.

③ A menudo hay malentendidos.

Lo más eficiente es emplear frases cortas, concretas y simples.

④ Transmitir el mensaje se puede hacer cuesta arriba.

Para aclarar asuntos importantes o temas pendientes haz llamada.

⑤ No hay proactividad en la comunicación.

Exige que te informen de los sucesos. Si hay malas noticias las quieres tener lo antes posible.

⑥ No te ofrecen explicaciones.

Déjales claro que quieres conocer las razones de su actuación, es importante para que fluya bien la colaboración.

⑦ Ojo con la moneda en tu cotización.

En ocasiones la cambian según su interés sin avisarte.

⑧ Son muy flexibles y (casi) todo es negociable.

Es un factor que juega a tu favor, insiste en lo que necesitas.

⑨ Hay más intermediarios que fabricantes directos.

Conoce a quién estás comprando, analiza las ventajas y desventajas de cada uno según tu tamaño y modelo de negocio.

⑩ Asegúrate de tus requisitos de normativa y etiquetado.

El proveedor chino no conoce las particularidades de legislación de tu país.

⑪ Cuando importas tú eres el responsable de la mercancía.

La responsabilidad no es del proveedor.

⑫ Valida tu muestra.

Cuesta menos hacer varios envíos con prototipos e incluso control de calidad en origen, que aventurarte a recibir mercancía no conforme.

⑬ Pueden aparecer incidencias.

Discute y deja por escrito qué pasará y cómo vais a reaccionar si hay un problema de calidad o de otro tipo.

⑭ Atento a los plazos de fabricación.

Haz seguimiento, si esperas a la fecha de entrega puedes encontrar sorpresas.

⑮ Casi siempre exigen pago por adelantado.

No aceptes, para tu seguridad negocia un porcentaje del pago a la llegada.

⑯ La documentación fácilmente contiene errores.

Factura sin NIF, el incoterm mal o cantidades que no cuadran. Chequéalo y confirma con ellos antes de la carga.

⑰ Usa tu propia logística.

Es una manera de tener mayor control y visibilidad de la mercancía.

⑱ A menudo trabajan con varias sociedades diferentes.

Exportan, facturan o exigen cobrar desde distintas razones sociales. Analiza si hay inconveniente para tu empresa y haz de filtro.

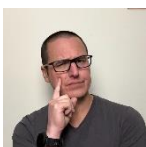
⑲ Atención al phishing.

Pide certificado bancario, llama al fijo de su empresa para verificar la cuenta y no aceptes cambios sin confirmación.

⑳ Los mismos errores pasan una y otra vez.

Para evitarlo, es muy útil firmar un compromiso entre las partes.





GERMÁN MENESES

<https://www.linkedin.com/in/germanmeneses>

La importancia del RIESGO en abastecimiento

El riesgo es un factor más que crítico en compras, ya que de él depende el abastecimiento de la empresa. Pudiendo poner en riesgo la operación misma.

Pero ¿Cuáles son estos puntos críticos? ¿Son todos iguales?

Acá les comparto algunos puntos que creo son fundamentales para esto.

No todas las categorías son iguales

Esto es de suma importancia entenderlo, manejar el riesgo por igual en todas las categorías es un gran error. Un ejemplo muy obvio podría ser pedirle las mismas certificaciones a un proveedor de artículos de oficina que al de insumo. O pedir que todos estén homologados de la misma forma.

Contratos

Muchas empresas comenten el error de colocar la obligatoriedad de contratos por montos de compras. El monto de compra es solo un indicador pero no define el riesgo de la compra. Pueden haber compras de montos muy pequeños y que sean críticos para la operación. Inclusive algunas compras no necesitan contratos.

Procedencia de los productos

Esto lo aprendimos muy bien. Pero claramente no tiene el mismo riesgo un producto que se manufactura en tu mismo que país, que en otro continente.

Inventarios

Los tiempos de entrega de los proveedores y nuestra capacidad de stock es fundamental para el cálculo de repedido. Nuevamente podremos aumentar o disminuir el riesgo dependiendo de la categoría.

Negociaciones

Aunque la negociación debe ser parte del ADN de un comprador, no se puede "jalar la pita" de la misma forma en todas las negociaciones. Esto también se puede definir muy bien a nivel categoría.

Forma de pago

Esto también lo he visto mucho en las empresas. "La empresa tiene la política de xxx días de pago". Esto no se debe manejar igual para todos los proveedores, y probablemente tendrá que ver más con la solidez financiera del proveedor. Ya que el "ajustar" mucho este punto podría también generar desabastecimiento.

Mercado

Esto suele ser algo que solo los compradores expertos suelen detectar, pero es sumamente importante estar muy de cerca al mercado, especialmente en "directos". Nuevas tecnologías, regulaciones internas y externas, crisis sociales, competencia, insumos de tus proveedores, mercado logístico, entre otros muchos factores, son de indispensable conocimiento para un correcto manejo del riesgo.

Algo que puede ayudar muchísimo en la definición de estas políticas es la muy conocida matriz de #Kraljic

