

# PUBLICACIONES TOP EN COMPRAS

TOP  
LinkedIn  
JUNIO

PG

PROCUREMENT GARAGE



AMADOR PÉREZ



JAIME RODRIGO



JESÚS CAMPOS



MARCOS VÁZQUEZ



ITBID



PENÉLOPE ROJAS



GERMÁN MENESES

## Madurez en los Departamentos de Compras de España

¿Quieres conocer el estado de madurez de los Departamentos de Compras en España?

No te pierdas la ponencia entre Forsitis, Jaggaer y Achilles sobre el tema en el siguiente [enlace](#), donde Carlos Tur, Eva Lezcano y Fernando Villarroel charlarán sobre el tema.

## Un mes más...

Con el ánimo de dar difusión al magnífico contenido que se genera en LinkedIn, el departamento de Marketing de Forsitis seleccionan algunos de los Top Procurement post del mes.

Como suscriptor recibes con algo de antelación este resumen que hemos preparado, el cual publicaremos en nuestros perfiles a lo largo de estos días y que tiene un contenido realmente interesante.

Si quieres ver las publicaciones Top desde Septiembre 2022, las puedes encontrar en nuestra página web junto con más contenido que seguro es de tu interés a través de [forsitis.es](https://forsitis.es).

# Índice

## **Marcos Vázquez**

- *¿Qué es Procurement? Parte 1* • 3
- *¿Qué es Procurement? Parte 2* • 4
- *¿Qué es Procurement? Parte 3* • 5
- *¿Qué es Procurement? Parte 4* • 6

## **Jesús Campos**

- *Transparencia en compras* • 7

## **Procurement Garage**

- *Presupuesto base-cero* • 8

## **Penélope Rojas**

- *Compliance en Compras* • 9
- *KPI en compras* • 10

## **Itbid**

- *eProcurement Vs. Excel* • 11

## **Germán Meneses**

- *Maduración de compras* • 12

## **Jaime Rodrigo Payán**

- *Reducir costes a través de inventario* • 13

## **Amador Pérez**

- *Método de ahorro de KPI* • 14



## ¿Qué es Procurement?

### Parte 1

#### ¿Qué es Procurement?

*Procurement* abarca una gama de actividades involucradas en la obtención de bienes o servicios. ¿Cuál es el propósito de Procurement? En general, los equipos de adquisiciones trabajan para obtener suministros a precios competitivos que brinden el máximo valor. Sin embargo, no todas las empresas definen las compras de la misma manera. Muchas empresas consideran que las adquisiciones abarcan todas las etapas, desde la recopilación de requisitos comerciales y la contratación de proveedores hasta el seguimiento de la recepción de bienes y la actualización de las condiciones de pago, mientras que otras definen las adquisiciones como una gama más limitada de actividades, como emitir órdenes de compra y realizar pagos.

#### Conclusiones clave.

*Procurement* es una función comercial vital. Cuando se administra de manera eficiente y se hace bien, puede ayudar a aumentar la rentabilidad de la empresa. Incluye una gama de actividades involucradas en la obtención de bienes y servicios, incluido el abastecimiento, la negociación de términos, la realización de compras, el seguimiento de la recepción de suministros y el mantenimiento de registros.

Es importante monitorear y evaluar continuamente el proceso de adquisición para mejorar cualquier punto débil o ineficiencia. La tecnología puede reducir los costos de adquisición y los gastos generales administrativos mediante la automatización y el seguimiento de los procesos de adquisición.

#### Procurement explicado.

Tradicionalmente, algunas empresas han utilizado el término *Procurement* como sinónimo de compras. Pero ahora, las compras a menudo se ven solo como una etapa en un proceso de adquisición más grande y estratégico. Entonces, ¿qué es exactamente?

*Procurement* implica todas las actividades involucradas en la obtención de los bienes y servicios que una empresa necesita para respaldar sus operaciones diarias, incluido el abastecimiento, la negociación de términos, la compra de artículos, la recepción e inspección de bienes según sea necesario y el mantenimiento de registros de todos los pasos del proceso.

#### ¿Por qué es importante en los negocios?

*Procurement* es un paso importante en la comprensión de la cadena de suministro, ya que ayuda a una empresa a encontrar proveedores confiables que puedan proporcionar bienes y servicios a precios competitivos que satisfagan las necesidades de la empresa. Ese es el caso si la empresa está buscando materias primas para la fabricación, un proveedor de servicios de marketing o nuevos suministros de oficina.

Por ejemplo, si una empresa necesita un nuevo proveedor para brindar un servicio continuo durante un período de tiempo indefinido, como una solución de seguridad de correo electrónico, el proceso de adquisición ayuda a la empresa a elegir el proveedor que mejor cumple con todos los requisitos comerciales a un precio razonable.

“

*Procurement implica todas las actividades involucradas en la obtención de los bienes y servicios que una empresa necesita para respaldar sus operaciones diarias.*

# ¿Qué es Procurement?

## Parte 2

### Tipos de Procurement.

Las adquisiciones se pueden categorizar de varias maneras. Se puede clasificar como adquisición directa o indirecta, según cómo la empresa utilizará los artículos que se adquieren. También se puede categorizar como adquisición de bienes o servicios según los artículos que se adquieran.

- La adquisición directa se refiere a obtener todo lo que se requiere para producir un producto final. Para una empresa de fabricación, esto incluye materias primas y componentes. Para un minorista, incluye cualquier artículo comprado a un mayorista para revenderlo a los clientes.
- La adquisición indirecta generalmente involucra compras de artículos que son esenciales para las operaciones diarias pero que no contribuyen directamente a los resultados de la empresa. Esto puede incluir cualquier cosa, desde suministros y muebles de oficina hasta campañas publicitarias, servicios de consultoría y mantenimiento de equipos.
- La adquisición de bienes se refiere en gran medida a la adquisición de artículos físicos, pero también puede incluir artículos como suscripciones de software. La adquisición eficaz de bienes generalmente se basa en buenas prácticas de gestión de la cadena de suministro. Puede incluir adquisiciones tanto directas como indirectas.
- La contratación de servicios se centra en la contratación de servicios basados en las personas. Dependiendo de la empresa, esto puede incluir la de contratistas individuales, mano de obra eventual, bufetes de abogados o servicios de seguridad en el sitio. Puede incluir adquisiciones tanto directas como indirectas.

### Cómo funciona

El proceso de adquisición generalmente implica una serie de pasos. La empresa identifica los bienes y/o servicios particulares que necesita, busca los proveedores que ayudarán a la empresa a alcanzar sus objetivos comerciales, negocia los términos y costes y luego compra y recibe los artículos relevantes.

Una pequeña empresa puede tener una sola persona que maneje la adquisición de todos los bienes y servicios. Las empresas más grandes pueden tener un equipo de personas especializadas en el trato con diferentes proveedores o en el apoyo a grupos empresariales internos específicos. Para algunos artículos, es posible que el equipo deba recopilar información de varios grupos comerciales diferentes para determinar los requisitos generales de la empresa.





# ¿Qué es Procurement?

## Parte 3

### 9 pasos en el proceso de Procurement

- **Identificar qué bienes y servicios necesita la empresa.** Primero, una empresa debe identificar sus requisitos para un artículo o servicio específico. Puede tratarse de un artículo nuevo que la empresa no haya comprado anteriormente, una reposición de productos existentes o la renovación de una suscripción. Este paso generalmente implica profundizar en los detalles esenciales de lo que necesita la empresa, como las especificaciones técnicas precisas, los materiales, los números de pieza o las características del servicio. En esta etapa, es una buena idea consultar a todos los departamentos comerciales afectados por la decisión de compra para garantizar que los artículos adquiridos reflejen con precisión las necesidades de cada departamento.
- **Presentar solicitud de compra.** Cuando un empleado o grupo necesita adquirir una cantidad significativa de nuevos suministros o servicios, realiza una solicitud de compra formal (también conocida como solicitud de compra). Una solicitud de compra notifica a la empresa que existe una necesidad, generalmente a través de los gerentes de departamento, el personal de compras o el equipo financiero, así como especificaciones como el precio, el tiempo necesario, la cantidad y otras cosas importantes que debe tener en cuenta el equipo de compras. El departamento que supervisa la compra puede aprobar o denegar la solicitud de compra. Si se aprueba, el equipo de adquisiciones puede proceder con la selección de un proveedor y realizar la compra.
- **Evaluar y seleccionar proveedores.** Con una lista clara de requisitos y una solicitud de compra aprobada, ahora es el momento de encontrar el mejor proveedor y enviar una solicitud de cotización (RFQ): esto es lo que el equipo de compras envía a los proveedores potenciales para recibir una cotización. importante ser lo más detallado posible para poder comparar manzanas con manzanas. La evaluación de proveedores debe centrarse no solo en el costo, sino también en la reputación, la velocidad, la calidad y la confiabilidad. Muchas empresas también tienen en cuenta la ética y la responsabilidad social, ya que las adquisiciones suelen estar entrelazadas con la identidad corporativa. Un minorista que se enorgullece de la sostenibilidad se beneficiaría de asociarse con proveedores ambientalmente responsables, por ejemplo.
- **Negociar precio y términos.** Una mejor práctica común es obtener al menos tres cotizaciones de los proveedores antes de tomar una decisión. Examine cada cotización cuidadosamente y negocie cuando sea posible. Si necesita abandonar un trato, asegúrese de tener opciones alternativas concretas. Una vez que haya acordado los términos finales, asegúrese de obtenerlos por escrito.



# ¿Qué es Procurement?

## Parte 4

(Continuación de: "9 pasos en el proceso de Procurement")

- **Cree una orden de compra.** Complete una orden de compra (PO) y envíela al proveedor. La orden de compra debe ser lo suficientemente detallada para identificar los servicios o bienes exactos que se necesitan y permitir que el proveedor complete el pedido.
- **Recibir e inspeccionar los bienes entregados.** Examine cuidadosamente las entregas en busca de errores o daños. Asegúrese de que todo se entregue como se especifica en la orden de compra y que la calidad cumpla o supere las expectativas.
- **Realice un emparejamiento de tres vías.** Las cuentas por pagar deben realizar un cotejo triple comparando la orden de compra, el recibo de la orden o la lista de empaque y la factura. El objetivo es garantizar que los bienes o servicios recibidos coincidan con la orden de compra y evitar el pago de facturas no autorizadas o inexactas. Resalte cualquier discrepancia entre los tres documentos y resuelva los problemas antes de organizar el pago.
- **Aprobar la factura y concertar el pago.** Si la coincidencia triple es correcta, apruebe y pague la factura. Las empresas deben esforzarse por tener un proceso de pago de facturas consistente a través de cuentas por pagar que verifique que los pagos coincidan con el monto de la factura y la fecha de vencimiento. Un proceso estandarizado puede ayudar a garantizar que las facturas se paguen siempre a tiempo, lo que puede evitar recargos por pagos atrasados y establecer buenas relaciones con los proveedores.
- **Mantenimiento de registros.** Es importante mantener registros de todo el proceso de adquisición, desde solicitudes de compra hasta negociaciones de precios, facturas, recibos y todo lo demás. Estos registros pueden ser útiles por múltiples razones. Ayudan a la empresa a reordenar productos al precio correcto en el futuro, así como a ayudar con los procesos de auditoría y el cálculo de impuestos. Los registros claros y precisos también pueden ayudar a resolver posibles disputas.





## Transparencia en compras

El comprador está permanentemente expuesto a situaciones delicadas que deben ser resueltos con transparencia.

Todas las empresas deben tener códigos de ética para sus proveedores, así como también para todos los colaboradores que tiene trato con proveedores e influyen en las decisiones de compra.

Existen múltiples formas en las que se pueden presentar prácticas anti éticas en las organizaciones, y como ningún reglamento o código puede considerar todas las situaciones, los compradores debemos utilizar nuestro criterio, valores y principios para identificar cualquier situación que ponga en riesgo la percepción que la empresa tiene de nuestro trabajo, esto implica:

- Evitar a toda costa cualquier conflicto de interés , regalos o invitaciones que puedan implicar un compromiso posterior.
- Documentar todas las decisiones asociadas a una licitación, dejar claro a quien se invita y a quien no, que criterios de asignación se utilizan, quienes participaron en la decisión y como se asignó la compra.
- Tener todos los soportes en caso de modificaciones a contrato u órdenes de compra que impliquen pagos extraordinarios o diferentes al original.
- Contar con las aprobaciones necesarias en caso de tener que regularizar una maverick, documenta y resguarda estos expedientes.
- Estar atento a movimientos extraños en tus cuentas bancarias u operaciones financieras que se realicen a tu nombre.

Actuar con la máxima transparencia y apegarse a todas las regulaciones de tu organización y buenas prácticas de tu industria es clave para evitar problemas, recuerda que ante cualquier duda siempre es mejor solicitar respuestas por escrito a las autoridades adecuadas.

¿Tú qué recomendas hacer en el tema de transparencia?

Jesús es consultor, capacitador, conferencista, blogero y articulista en temas de Negocios y Cadena de Suministro.

CEO y Director CoporateLATAM Corporate Resources Management S.C., firma de consultoría de negocios especializada en temas de suministro y demanda, Director Ejecutivo de Apics-ASCM Capítulo México.

Se define como un apasionado del tema de cadena de suministro y un convencido que es una gran área de oportunidad para mejorar la competitividad de las empresas y para el desarrollo profesional.

“

*Todas las empresas deben tener códigos de ética para sus proveedores, así como también para todos los colaboradores*



## Presupuesto base-cero

Hoy vamos a compartir un poco de nuestro conocimiento, ¿de acuerdo?

¿Conoces el presupuesto base-cero (OBZ)? Es un método muy utilizado en grandes corporaciones para reducir costos, pero su lógica se puede aplicar a la realidad de empresas de todos los tamaños.

Consiste en comenzar cada presupuesto de una "base cero" al inicio de cada período, sin considerar el histórico de períodos anteriores. Con el método, las necesidades y los costes de cada ítem dentro de una compañía son analizados, para después ser agrupados por área de negocio. De esta forma, los fondos de la compañía pasan a ser asignados con base en su real necesidad actual.

Entre los puntos positivos de OBZ, podemos destacar que es un recurso para obtener información precisa y eficiente pues permite que cada departamento sea financiado de forma adecuada.

También es una excelente alternativa para eliminar el gasto redundante al reexaminar el gasto potencialmente innecesario, además de involucrar a los empleados en la toma de decisiones y en la priorización del presupuesto.

Pero no todo son flores. Algunos dicen que es un proceso burocrático y que requiere mucho tiempo para ejecutarse.

Puede ser, pero en muchos casos el OBZ es preciso, eficiente, reduce desperdicios y coordina la comunicación entre los departamentos.

**PG Procurement Garage Expertise Matters**  
CONOCE 6 PILARES PARA HACER UN PRESUPUESTO BASE CERO CERO

- 1** **Movilizar a la gente es lo más importante para la gestión del cambio**
- 2** **Separar la empresa en unidades de negocio**
- 3** **Llevar a cabo el despliegue de las estrategias de la empresa**
- 4** **Realizar un análisis de las métricas de gastos de cada unidad**
- 5** **Fijar el costo mínimo para realizar las actividades**
- 6** **Clasificar los gastos fijos de cada unidad presupuestaria**





## Compliance en compras

*Compliance* en Compras: el arte de hacer lo correcto antes que lo conveniente.

Recuerda: los trabajos son temporales, pero tu integridad y reputación te acompañarán toda la vida.

Cuando hablamos de *compliance* en Compras nos referimos a normas de cumplimiento y comportamiento ético que ayudaran en la detención de riesgos operativos y legales permitiendo aplicar las correcciones correspondientes a tiempo y tomar medidas para prevenir futuros riesgos

Por lo que, como su nombre indica, el significado de *compliance* es atender al correcto desarrollo de:

- Normas.
- Buenas prácticas en la empresa.
- Código ético.
- Anticorrupción.
- Protección de datos.
- Y prevención de blanqueo de capitales y riesgos laborales, entre otros.

El objetivo que persigue *compliance* en compras es prevenir comportamientos ilícitos para asegurarse de que una empresa cumpla con la legislación, y, a la vez, genere buena credibilidad y reputación en el mercado.

Pero, ¿qué podemos hacer en compras para garantizar *compliance* y comportamientos éticos?

En la presentación adjunta te muestro algunas prácticas específicas que pueden ayudar a asegurarse de seguir procedimientos de *compliance* eficientes en compras.

Plátame qué te parecieron y recuerda que conducirse con ética, puede ayudar a aumentar la credibilidad de una empresa y, específicamente, del sector de compras.

Penélope cuenta con más de 25 años de experiencia en áreas de Procura, Logística y Abastecimiento, en industrias como automotriz, energía, industriales, automatización, construcción y consultoría.

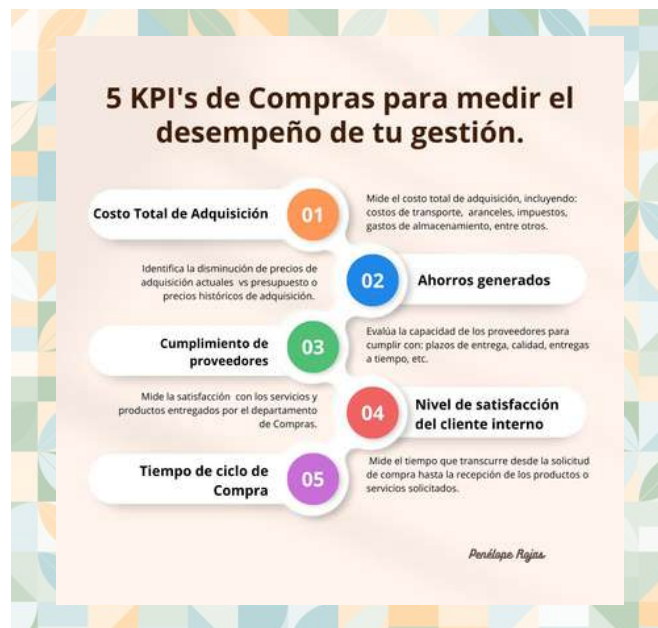
Actualmente es consultora y da capacitación en compras, procura y abastecimiento estratégico.

Es, también, escritora y creadora de contenido especializado en tendencias y tópicos de Compras.

“

El objetivo que persigue *compliance* en compras es prevenir comportamientos ilícitos para asegurarse de que una empresa cumpla con la legislación

# KPI en compras



Los Indicadores clave de desempeño (KPI) son relevantes para medir y evaluar el desempeño. Aquí les dejo algunos KPI's básicos y/o relevantes en compras:

- **Coste total de adquisición (CTA).** Este KPI mide el coste total de adquirir un producto o servicio, incluyendo el precio de compra, los costos de transporte, los aranceles, los impuestos, los gastos de almacenamiento, entre otros. El objetivo es buscar reducir el CTA y optimizar los costes asociados con la adquisición de bienes y servicios.
- **Ahorros.** Este indicador mide los ahorros obtenidos a través de actividades de compras estratégicas, como la negociación de precios más bajos, la consolidación de compras, la identificación de alternativas más económicas o la reducción de costos en la cadena de suministro. El objetivo es lograr ahorros significativos y contribuir a la rentabilidad de la organización.
- **Cumplimiento de proveedores.** Este KPI evalúa la capacidad de los proveedores para cumplir con los plazos de entrega, la calidad de los productos o servicios suministrados y el cumplimiento de los términos y condiciones acordados. Un alto nivel de cumplimiento de proveedores asegura una cadena de suministro eficiente y reduce el riesgo de interrupciones en la producción.
- **Nivel de satisfacción del cliente interno.** Este indicador mide la satisfacción de los clientes internos (departamentos o unidades de la organización) con los servicios y productos entregados por el departamento de Compras. Puede medirse mediante encuestas, retroalimentación o evaluaciones periódicas. El objetivo es asegurar que las necesidades y expectativas internas sean satisfechas de manera eficiente y efectiva.
- **Tiempo de ciclo de compra.** Este KPI mide la eficiencia del proceso de compras midiendo el tiempo que transcurre desde la solicitud de compra hasta la recepción de los productos o servicios solicitados. Un tiempo de ciclo de compra corto indica una gestión ágil y eficiente de las adquisiciones.

Estos son solo algunos ejemplos de KPI relevantes en compras.

Los KPI's pueden variar dependiendo de la industria, el tamaño de la organización y los objetivos específicos de la función de compras.

**Ojo:** no midas todo, es importante seleccionar y monitorear aquellos KPI que sean más relevantes para medir el desempeño y contribuir al éxito de la organización.



## eProcurement Vs. Excel

El *eProcurement* abarca desde la solicitud de cotizaciones, la selección de proveedores, la emisión de órdenes de compra, la gestión de contratos, hasta el seguimiento de entregas y el pago de facturas. Estas actividades se llevan a cabo a través de plataformas o sistemas electrónicos diseñados específicamente para facilitar y agilizar el proceso de compras.

Las plataformas de *eProcurement* suelen ofrecer diversas funcionalidades, como la creación de catálogos electrónicos, la automatización de flujos de trabajo, la integración con sistemas de gestión financiera, la generación de informes y análisis, y la comunicación con proveedores. Estas herramientas permiten a las organizaciones optimizar sus procesos de adquisición, mejorar la eficiencia, reducir costos y aumentar la transparencia en las transacciones comerciales.

El *eProcurement* se ha vuelto cada vez más relevante en el entorno empresarial actual, ya que permite una gestión más eficiente de proveedores, agiliza los tiempos de respuesta, facilita la toma de decisiones basadas en datos y fomenta la colaboración entre los diferentes actores involucrados en el proceso de compras.

### Automatización y eficiencia

El *eProcurement* es un sistema automatizado que permite agilizar y optimizar los procesos de adquisición y compras. En contraste, el Excel requiere una entrada manual de datos, lo que puede llevar más tiempo y aumentar las posibilidades de errores humanos.

### Integración de datos en el eProcurement

Con el *eProcurement*, los datos se pueden integrar fácilmente en un solo sistema, lo que facilita la gestión de información relacionada con proveedores, productos, precios, pedidos y facturas. En Excel, se requiere mantener múltiples hojas de cálculo separadas y actualizarlas manualmente, lo que puede generar confusiones y dificultades para obtener una visión global de la información.

### Acceso y colaboración en tiempo real

El *eProcurement* permite el acceso simultáneo y la colaboración en tiempo real por parte de múltiples usuarios, lo que facilita la comunicación y la toma de decisiones conjuntas. En Excel, se deben enviar archivos por correo electrónico o compartirlos de manera manual, lo que puede generar retrasos y dificultades para mantener la información actualizada y precisa.

El uso del *eProcurement* en lugar de Excels ofrece varias ventajas significativas

### Informes y análisis en el eProcurement

El *eProcurement* ofrece la posibilidad de generar informes y análisis detallados sobre el desempeño de compras, el gasto por proveedor, las tendencias de precios, entre otros datos relevantes. En Excel, se requiere un trabajo manual adicional para crear y mantener estos informes, lo que puede ser complicado y consumir mucho tiempo.



Muchas empresas todavía en plena era digital donde ya existen **plataformas SaaS muy versátiles**, siguen usando excels para gestionar sus proveedores. Aquí te mostramos una comparativa de ambos sistemas.

Excels	eProcurement
Visualización de datos poco amigable	Interfaz clara y adaptable por proveedor dado de alta
Riesgo de perder información sin querer	Información 100% en la nube y segmentada con claridad
Solo se puede compartir datos en tablas	Tu proveedor puede actualizar sus datos y catálogos
Formulas erróneas que no siempre se detectan	Sistema programado para un uso final fácil
Colaboración entre las partes deficiente por su estructura	Apartados editables y compartibles para el buen flujo de trabajo
Nulo seguimiento automatizado del proceso de compra	Diseño funcional personalizado para las compras

Visítanos en [itbid.com](http://itbid.com)



**Germán Meneses**

**LinkedIn**

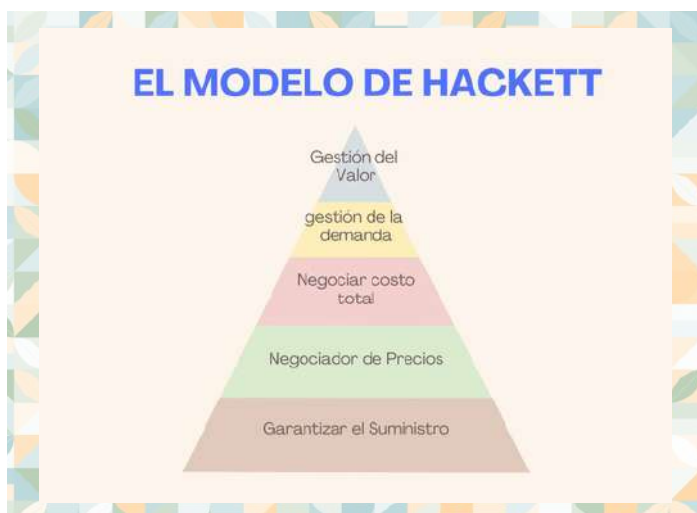
## Maduración de compras

Existe un modelo muy interesante para ver nuestro grado de maduración en compras. Este fue desarrollado por Hackett Group.

Comparte mucho con los Capability Maturity Models empleados habitualmente en la industria del software (tiene el mismo nombre y cuenta con cinco etapas de una madurez cada vez mayor). También se apoya en los principios de la jerarquía de las necesidades de Maslow ya que cada uno de los cinco niveles no es un reemplazo del anterior sino que se basa en el escalón anterior de la jerarquía y lo extiende proporcionando una inercia que promueve el desarrollo.

Según este modelo las etapas serían las siguientes:

- **Garantía de suministro.** Bienes y servicios adecuados en el momento oportuno y en el lugar correcto.
- **Precio.** Asegurarse de dar un precio adecuado respecto a las alternativas del mercado
- **Coste total de propiedad.** Pasar de solo negociar el precio del producto a considerar todos los costos asociados
- **Gestión de la demanda.** Esta fase se centra en optimizar la planificación y la gestión de la demanda interna de la organización, asegurando que se adquieran los productos y servicios necesarios en el momento adecuado y en las cantidades adecuadas
- **Gestión del valor.** Esta fase se centra en asegurar que las compras generen el máximo beneficio para la empresa, no solo en términos de reducción de costos, sino también en la calidad de los productos y servicios adquiridos, la innovación, el cumplimiento de los requisitos y la satisfacción del cliente interno.



Germán nos cuenta que la vida le dio la gran oportunidad de trabajar en mercados como el mexicano y el brasileño, dirigiendo equipos de alto rendimiento. Hoy se encuentra inmerso en la gran aventura de poner todos los conocimientos adquiridos y sus valores en su propia empresa.

Además, incide en que los compradores cada vez se ven sometidos a mayores presiones; auditorías, procesos, resultados, buscar mejores productos, mejores proveedores, y, lamentablemente, en su mayoría, no tienen una herramienta de soporte.





## Reducir costes a través de inventario

Como Director de *Supply Chain*, el control y reducción de costes y la administración de los recursos de la empresa son algunas de las aportaciones clave para lograr la rentabilidad del negocio.

La inversión en inventarios forma parte de una estrategia de servicio, nos permite administrar el cumplimiento a la demanda si lo hacemos bien. La flexibilidad y la adaptación son también factores competitivos que proporciona un inventario.

Por estas razones, te comparto algunas recomendaciones que puedes considerar para maximizar los beneficios del inventario al mínimo costo posible.

El inventario tiene impacto en el flujo de efectivo. El inventario depende de dos variables: la demanda y su variabilidad. Una excelente herramienta para controlarlo adecuadamente es S&OP.

Definir la calidad del inventario en términos de su cobertura a la demanda es una buena práctica para reducir costes. Hasta tres meses de cobertura se habla de un inventario sano, entre tres y doce meses, dependiendo de la empresa, inventario en exceso y obsoleto a las referencias sin previsión de demanda o *forecast*.

Los costes ligados al manejo físico del inventario como el alquiler del almacén, seguridad, gastos operativos etc., se lograrán planificando la operación en ciclos mensuales. Definir ubicaciones, entrada y salida de pallets.

El coste de financiamiento de la empresa, o WACC, es también una variable de coste muy importante al momento de definir el presupuesto de inventarios y los costos financieros que este origina.

Revisar la evolución de los inventarios de manera semanal y mensual es una buena práctica para tomar decisiones de compra y ventas. Finanzas, operaciones, logística, comercial y adquisiciones son las áreas que deben estar comprometidas con esta revisión y la toma de decisiones.

Sostener revisiones de abastecimiento con proveedores clave permitirá administrar el inventario en mano y las compras futuras, es decir, compartir información de demanda, inventarios y plan de compras futuras con proveedores es también forma de mantener el coste de compra optimizado.

El cálculo del coste total de inventario considera el valor del inventario más los costes administrativos, operativos y financieros.

El seguimiento y medición de niveles de inventario, semanal y mensual, en términos de su coste, el espacio ocupado y los recursos para administrarlo es clave para la reducción del coste en su conjunto.

Jaime se considera un profesional ético con un alto nivel de exigencia que enfoca su energía en mejorar las cosas.

Apasionado por la logística y supply chain, de visión estratégica, bien organizado, ordenado y altos estándares de desempeño.

Formador de equipos de alto desempeño, sincero, directo y generoso que trabaja y logra resultados a través de la gente y equipo que le rodea.

Le apasionan los proyectos de mejora continua enfocados a una mejor experiencia del cliente, incremento de productividad y eficiencias son mis favoritos, así como integrar equipos de alto desempeño capaces y competitivos son parte de los pilares de sus logros.



# Amador Pérez

[LinkedIN](#)

## Método de ahorro de KPI

### ¿Qué método utilizas para calcular el KPI de ahorro en el área de compras?

Tener KPIs es fundamental para evaluar el desempeño de nuestra función. Pero es muy importante asegurarse que el método de cálculo es representativo y proporcione conclusiones sobre nuestra gestión.

El KPI de ahorro del área de compras es uno de los indicadores más difíciles de calcular debido a que no existe un método exclusivo.

Veamos algunos enfoques:

**Presupuesto:** utilizarlo puede inducir a obtener falsas conclusiones. El presupuesto es importante para evaluar el cumplimiento de objetivos financieros, pero no necesariamente representa el ahorro real obtenido.

El presupuesto es una foto estática y no refleja los cambios de los mercados y las condiciones de compra.

**Histórico de precios:** basar tus ahorros en la evolución de los precios de compra no es del todo representativo para evaluar tus ahorros. Los precios están sujetos a la evolución y volatilidad de los mercados, lo que dificulta atribuir el ahorro a las acciones del área de compras.

**Negociaciones:** Comparar el precio inicial de una negociación con el precio final obtenido puede no reflejar el verdadero ahorro logrado. El precio inicial puede estar inflado por tácticas de negociación de los proveedores (efecto anclaje) lo que distorsiona la evaluación del ahorro y puede conducir a conclusiones erróneas.

**Índices de precios:** utilizar índices de precios de materias primas o productos específicos puede proporcionar una visión más realista del ahorro. Comparar la evolución de los precios de mercado con los precios finales de compra, desde un punto de vista relativo, nos permite evaluar si estamos generando ahorro, independientemente de si el precio de mercado sube o baja. Aunque no siempre disponemos de índices de mercado para todo aquello que compramos.

**P&L (profit and loss):** Evaluar la evolución del porcentaje del coste de ventas puede ser un enfoque objetivo para evaluar el ahorro en compras. Sin embargo, este método tiene limitaciones, ya que se basa en los ingresos de la empresa.

En industrias con alta volatilidad o donde la producción de commodities es predominante, los resultados pueden no reflejar de manera precisa el ahorro generado.

**Análisis de coste total:** El enfoque del coste total nos permite evaluar todos los costes asociados a lo largo del ciclo de vida de un producto o servicio.

Podemos sacar provecho de este para el cálculo del ahorro al comparar los costes totales antes y después de las mejoras implementadas en el proceso de compras.

“

*Tener KPIs es fundamental para evaluar el desempeño de nuestra función. Pero es muy importante asegurarse que el método de cálculo es representativo y proporcione conclusiones sobre nuestra gestión.*



**Sourcing Experts**