

**forsitis.**

sourcing experts

# PUBLICACIONES TOP EN COMPRAS

**TOP**  
**LinkedIn**  
**NOVIEMBRE**



JESÚS CAMPOS

**PG**

PROCUREMENT GARAGE

**CPO**net

CPONET



TOMÁS HORTAL



MARCOS VÁZQUEZ



JAMES MEAD



JAIRO RAMOS

¡Felices fiestas!

En Forsitis Sourcing Experts, las fiestas no son solo una celebración, para nosotros son una oportunidad para reflexionar sobre compromiso adquirido durante el año que está a punto de terminar. Compromiso con nuestros clientes, con la sostenibilidad en compras y con los que nos han acompañado.

Estamos comprometidos contigo.

[Ver vídeo](#)

## 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).

# TABLÓN DE ANUNCIOS



**forsitis.**  
sourcing experts



**AERCE**  
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PROFESIONALES DE  
COMPRAS, CONTRATACIÓN Y APROVISIONAMIENTOS

## ¡Llegan los premios AERCE!

Celebrando por qué los profesionales de Compras hacen que sus departamentos brillen con luz propia dentro de nuestras empresas.

El pasado jueves 30 de noviembre, tuvo lugar la entrega de los XII Premios AERCE en el icónico edificio de la antigua fábrica de cervezas Damm de Barcelona.

Una celebración de las mejores prácticas en Compras que contó con la colaboración de Damm, Onet, Sales Layer, Tools Group y Las Muns y que reunió a más de 200 profesionales de esta área.

Además de la entrega de premios, en el evento hubo lugar para actividades de networking y para reconocer a las organizaciones que, comprometidas con la sostenibilidad, han obtenido la certificación en la Norma ISO 20400 de Compras sostenibles otorgada por AERCE en el último año.

**¡Accede a este enlace para ver cómo fue el evento!**



## ¡Estuvimos en el XI Congreso de Grupo CPOnet!

El equipo de Forsitis Sourcing Experts estuvo muy presente en el XI Congreso de Grupo CPOnet, con una gran afluencia de profesionales que llenaron los salones de NOVOTEL MADRID CENTER.

Un placer compartir patrocinio del evento y espacio con nuestros partners; JAGGAER, itbid y Achilles Group Limited. Nos ha encantado ver a todos los asistentes con nuestro "verde Forsitis" y comentando con nuestros Socios Fernando Villarroel y Jordi Montori cómo estamos ayudando a las empresas en diversos proyectos en compras.

Muchas gracias a todo el equipo de Grupo CPOnet por la organización, y también a nuestro equipazo, por asistir y transmitir nuestros valores y sentido común a los presentes.

Apoyarse en externos con experiencia cuando no se dispone de equipo o tiempo, es una decisión profesional y ejecutiva. ¿Nos preguntáis como lo hacemos?.



# Índice

## **Jesús Campos**

- *La importancia de reflexionar sobre el suministro dinámico* • 6-7

## **Procurement Garage**

- *El should cost* • 8

## **Marcos Vázquez**

- *Gestión de riesgos en compras (Pt. 1)* • 9-10
- *Gestión de riesgos en compras (Pt. 2)* • 11-12

## **James Mead**

- *The first Tech Map for Digital Procurement* • 13

## **Grupo CPOnet**

- *El impacto de los conflictos armados en los criterios ESG* • 14-15

## **Jairo Ramos**

- *Compras VS The Mandalorian* • 16

## **Tomás Hortal**

- *Ciclo económico y compras* • 19



## La importancia de reflexionar sobre el suministro dinámico

Entre las publicaciones que revisé en estos días me llamó mucho la atención "Turning Chaos into Control Through Dynamic Market Sourcing" publicado por Keelvar porque coincido con su enfoque de suministro ante los actuales mercados volátiles.

Es un poco frustrante escuchar que algunos directivos y compradores siguen pensando que regresaremos al mundo prepandemia, consideran que nada cambió y que las viejas formas de trabajar seguirán vigentes. Aún hay empresas que le piden al comprador dar un precio "firme" para materias primas para usarlo en el presupuesto del 2024.

En el artículo se habla de "suministro en mercados dinámicos" como una estrategia que libera nuevos procesos simplificados apoyados por tecnologías de automatización que permite a los compradores ser más estratégicos. Si bien el artículo se enfoca en el mercado logístico, esto es aplicable a muchas categorías.

En la nueva realidad de las compras hay que considerar tres aspectos importantes:

- Cambios intermitentes en la disponibilidad de materiales y servicios
- Volatilidad de los costos, inflación y deflación en diferentes productos y servicios
- Mayor uso de compras spot

Debido a esto algunos principios de compras cambian y se modifica la forma en que se construyen las relaciones y se realizan las adquisiciones:

- 1.- Resulta casi imposible, y a veces innecesario, fijar precios a plazos de 1 a 2 años, estos se reducen a períodos de 3 a 4 meses.
- 2.- La disponibilidad de recurso es dinámica y esto impacta los precios.

3.- Se requiere mayor velocidad para evaluar e integrar nuevos proveedores ante posible demandas inesperadas o falta de capacidad de los proveedores tradicionales.

4.- El monitoreo del mercado debe ser permanente ante la posibilidad de cambios inesperados

Estas nuevas condiciones demandan de nuevos métodos de compras, soluciones tecnológicas de apoyo y modelos de toma de decisiones, además consumen mucho tiempo del comprador ya que hay que hacer con mayor frecuencia diversas tareas.

Los compradores debemos continuar nuestro proceso de educación y convencer a los directivos y usuarios que los retos siguen ahí, que garantizar el suministro y la gestión de costos siguen siendo temas complicados y que debemos continuar la transformación estratégica y digital de compras.





## El *should cost*

El análisis de costos conocido como *should cost* es una herramienta valiosa aplicada en las negociaciones de compras, ya que te ayuda a determinar el costo real de un producto o servicio, evaluando los factores que componen el precio.

Al llevar a cabo el análisis de *should cost*, los profesionales de compras pueden identificar áreas con potencial de reducción de costos, como procesos ineficientes, márgenes de utilidad excesivos o componentes con sobreprecio, pérdidas en el proceso productivo e ineficiencias.

Estos datos se pueden usar como palanca durante las negociaciones con los proveedores.

La aplicación del análisis de *should cost* en las negociaciones permite que el equipo de compras adopte un enfoque más orientado a los datos, desafiando los precios de los proveedores y negociando de manera fundamentada, ofreciendo propuestas más competitivas basadas en una comprensión realista del costo real del producto.

El uso del análisis de *should cost* en las negociaciones fomenta la transparencia y la responsabilidad entre compradores y proveedores, promoviendo un entorno colaborativo donde ambas partes pueden trabajar juntas para encontrar soluciones mutuamente beneficiosas, optimizando costos sin comprometer la calidad.

Al incorporar el análisis de costos en las negociaciones, los equipos se capacitan para tomar decisiones fundamentadas, facilitando la selección efectiva de proveedores y la definición de estrategias de negociación de contratos que resulten en ahorros totales de costos (TCO), una mejor relación costo-beneficio y mejores resultados en general a lo largo del ciclo de vida del contrato.





## ***Gestión de riesgos en compras (Pt. 1)***

### **Riesgos de incumplimiento de proveedores:**

Los proveedores son una parte importante de la cadena de suministro. Garantizan que todos los materiales y servicios necesarios para la producción estén disponibles con la calidad adecuada y en el momento adecuado. Si los proveedores quiebran o no consiguen las materias primas necesarias para su producción, esto tiene consecuencias desagradables para los compradores. Establezca métodos de evaluación interna para sus proveedores y, si el riesgo es demasiado alto, confíe en segundos proveedores o garantías contractuales adicionales.

### **Riesgos de precios:**

Los cambios o fluctuaciones de precios pueden convertirse en una gran amenaza para las compras. Estos riesgos son especialmente relevantes cuando los procesos de compra se extienden durante un período de tiempo más largo y las posibles fluctuaciones de precios durante este tiempo tienen un impacto negativo en los objetivos estratégicos de compras y las ventas de la empresa. Además, existen posibles aumentos de precios por escasez de recursos para materias primas o tipos de cambio desfavorables por crisis internacionales. Distribuya sus tiempos de compra en forma de adquisiciones por tramos o combine modelos de adquisiciones para reducir el riesgo de precios.

### **Riesgos de calidad:**

Si las materias primas que los compradores adquieren para la producción del producto final son de mala calidad, esto inevitablemente afecta la calidad del producto final. Las consecuencias son de gran alcance: los clientes no están satisfechos con el producto final, la gestión de devoluciones consume más recursos, surgen gastos elevados y la imagen de la empresa se resiente. Crear planes de inspección de calidad y proveedores para asegurar la calidad de los materiales adquiridos.

### **Riesgos de sostenibilidad:**

La huella ecológica de una empresa también cobra cada vez más importancia en las compras. Pueden surgir riesgos de sostenibilidad en varios niveles de la cadena de suministro , por ejemplo, si los proveedores no cumplen con los estándares sociales, ecológicos o éticos. Si los compradores toman decisiones de compra sostenibles, esto tiene un efecto positivo en la imagen de la empresa. Analiza a tus proveedores en función de los criterios sociales, medioambientales y de sostenibilidad ética de tu empresa.

### **Riesgos de cumplimiento:**

Dependiendo de la forma en que se preparen y finalicen las decisiones de compra, los compradores corren el riesgo de violar los requisitos legales o de integridad. Esto, a su vez, tiene un impacto negativo en la imagen de la empresa y, en casos extremos, se asocia con multas elevadas. Establezca un código de proveedores, preste atención a las innovaciones legales actuales y, en caso de duda, confíe en un sistema de gestión del cumplimiento.

## **Gestión de riesgos en compras (Pt. 2)**

### **¿Qué estrategias existen para limitar el riesgo en la compra?**

Existen varias estrategias de compra para limitar los riesgos:

- Evitación de riesgos: aquí se intenta evitar riesgos desde el principio, cambiar procesos o evitar transacciones potencialmente riesgosas.
- Reducción de Riesgos: Se intenta reducir el impacto o probabilidad de los riesgos. Esto se puede hacer, por ejemplo, mediante la diversidad de proveedores, controles de calidad u optimización de procesos.
- Aceptación de riesgos: Acepta ciertos riesgos y está preparado para aceptar las consecuencias si puede afrontarlos y los costos de reducir el riesgo serían demasiado altos.
- Transferencia de riesgos: los riesgos se transfieren a otros socios, a través de seguros o contratos. Esto significa que las consecuencias financieras de los riesgos se trasladan a ellos.

La elección de la estrategia adecuada depende de los riesgos y oportunidades de la empresa. Es importante una consideración y un análisis cuidadosos para establecer una gestión de riesgos eficaz en las compras.

### **Ejemplo práctico de gestión de riesgos en compras**

Como comprador de una tienda de moda en línea en expansión, usted es responsable de obtener productos de varios proveedores internacionales. Se enfrenta a riesgos como retrasos en la entrega, problemas de calidad o fluctuaciones monetarias imprevistas. Para garantizar un proceso fluido, se requiere una buena gestión de riesgos.

Por ejemplo, junto con sus colegas, define el objetivo de entregar productos de alta calidad a tiempo y ofrecer a los clientes una experiencia de cliente excepcional. Recopila ideas y analiza posibles riesgos, como fallos de proveedores, retrasos en el transporte o defectos de calidad.

En el siguiente paso, analiza las causas y efectos de estos riesgos y evalúa su probabilidad y el posible daño a su empresa. Priorizas los riesgos y desarrollas estrategias para limitar los riesgos para riesgos medios y altos. Esto podría significar considerar proveedores alternativos o hacer acuerdos de suministro flexibles para gestionar mejor situaciones imprevistas.

## **¿Qué hay que tener en cuenta para anclar la gestión de riesgos en la empresa?**

- Integración en la organización: Debe ser parte de la estructura corporativa y definir procesos claros para identificar, evaluar y abordar los riesgos.
- Conciencia de riesgos: todos los empleados deben estar informados sobre los riesgos y capacitados para crear una cultura en la empresa.
- Monitoreo continuo de riesgos: Deben ser monitoreados continuamente para identificar cambios y responder adecuadamente. Los informes de riesgos pueden ayudar a describir claramente la situación
- Funciones y responsabilidades: Deben establecerse responsabilidades claras para la gestión de riesgos.
- Comunicación: La comunicación efectiva de la información de riesgos a los responsables es importante para poder actuar de manera oportuna.



## The first Tech Map for Digital Procurement

It's here!

The first Tech Map for Digital Procurement tools that serve Mid-Market businesses (\$50m to \$1 billion revenue). One of the biggest challenges for procurement leaders is to keep track of all the solutions out there.

Now we've fixed it. Without a paywall. Want a print quality version and the lowdown on our taxonomy? Download a free copy from our store.

We've got a load more of these in the pipeline! Including a Tech Map for SMEs which we'll drop in a couple of weeks.

Which other ones would you like to see?

Version: Q4 2023

### Procurement Tech Map for MID-MARKET businesses

Procurement Software site

**Procure-to-Pay (P2P)**  
 procurify, ebids-pay, ATLAS, PROCORO, ProcureDesk, LECOM, SoftCo, raindrop, itbid, medius, on/entis, PayEm, PLANERGY, Modern PO, PRIME, proactis, Proceedo, airbase, prokuria, kissflow, spendwise, VROOZI, fraxion, COMPLEAT

**Niche Category Specific: Indirects**  
 nextSource, NAVAN, vpress, Thinking Machine, Corvolo, FlexForceMonkey, SaaSrooms, PAXLY, lightyear, OUTERSCORE, vendr, KREATIZE, PartSpace, VARISOURCE, tropic, eqip, workingis, zLuri, ZYLO, Collaborative, sourceit, Sastrify, worksuilo

**Sourcing**  
 DeepStream, alpas, agreedal, Kontraqt, matchory, RFP, ALEIDA, Bonfire, 701, buyhive, Silex, deployed, FACTUREE, leanbids, apadua, LightSource, arkestro, marketaja, cimple, krinoti, AERCHAIN, curtilitch, tradepics, wantex

**Source-to-Contract (S2C)**  
 MURLIN, felix, itbid, ensava, on/entis, Portt, abaleo, prokuria, kissflow, raindrop, proactis, ebids-pay, Procot, Scamnet, VendorPanel, cloudia

**Accounts Payable Automation**  
 Documentation, PayEm, ProcureDesk, Teamplay, COMPLEAT, Esparing, raindrop, SKER, kissflow, PLANERGY, SoftCo, ISPNEXT, on/entis, zapro, XEEVA, Logistic, PRIME, airbase, medius, NETFBA, proactis, VROOZI

**Contract Management**  
 MALBEK, JURO, ALTERZO, Trakti, ContractSafe, LEGARTIS, Evisort, Avvoka, Gatekeeper, Dealsign, trackado, LegalSifter, DocuSign, INHUBBER, InvoLEDGER

**Supplier Relationship Mgmt. (SRM)**  
 venderful, SUPPL, Zivio, CANOPK, SOLVER, S R M, LearnLinking, suppeco, Vizibi, LUPR, SourceDocs, PaymentWorks, relatlico

**Training**  
 Iovenral

**Source-to-Pay (S2P)**  
 penny, w, zapro, proquia, unimarket, TrAD@GRAM, ISPNEXT, EEEVA, SKER, yooz, Digital, capto

**Finance & Payments**  
 SNOWFOX AI, EZZERAI, AvidExchange, Tradeshift, emburse, STUMPLI, xSuite, OpenCapita, Open-Invo, previse, YODOZ, Digital, capto

**Risk & Compliance**  
 INSTRACE, Magnitude, AvulComply, ChainPoint, CERTA, contingent

**ESG**  
 oxion, EIVEE, worldflavor, gryn, ecovadis, planA, Daato

**Data Analytics**  
 livoflow, simfani, SOFTCONCIS, CostBits, spendkey, kiresult, SpentPoint, atamis, Ignite, MUJRA, SPENDHO, scaflo, spendata

**Logistics**  
 FISHKITES, limbiq.com, SHIPSTA, Airfreightcenter, Shipos, Tacta

**Collaboration Tools**  
 Provalida, IDAS, vvaluedeck, SourceDay, Tacta

**Market Intelligence**  
 costdata, Airflip, CUSTDRIVERS, COVALYZE, Ch, BUYNAMICS

**Niche Category Specific: Directs**  
 ZETWERK, jiga, ZUMEN, arbeaver, GROWTEK

**Intake**  
 ORO, opstream, ZIP, LHOZE, tonkban, Focal Point, graphite

**Inventory & Planning**  
 Dymata, deepvu, Rheaply, flowly, RAWCAN

© 2023 ProcurementSoftware.site Visit store.procurementsoftware.site to download a FREE, print quality PDF!



## El impacto de los conflictos armados en los criterios ESG

Los conflictos armados son eventos devastadores que afectan profundamente a las comunidades, las naciones y, en última instancia, al mundo en su conjunto. Además de las consecuencias humanitarias y económicas, los conflictos armados también tienen un impacto significativo en los criterios ESG, que se centran en factores medioambientales, sociales y de gobernanza. Estos criterios son fundamentales para evaluar el desempeño ético y sostenible de una empresa o entidad. Examinar cómo los conflictos armados influyen en estos criterios es crucial para comprender el alcance total de sus consecuencias.

### Medio Ambiente (E - Environmental)

Los conflictos armados a menudo causan daños ambientales extensos y de larga duración. La destrucción de infraestructuras, como plantas de energía, fábricas y oleoductos, puede resultar en derrames tóxicos y contaminación del suelo y el agua. Además, la guerra puede impulsar la explotación no sostenible de los recursos naturales, ya sea por parte de actores estatales o grupos armados, a menudo con consecuencias irreversibles para los ecosistemas locales.

Empresas involucradas en actividades extractivas en zonas afectadas por conflictos armados corren el riesgo de ser cómplices de prácticas medioambientales perjudiciales. Los inversores y analistas ESG deben evaluar cuidadosamente cómo las operaciones empresariales pueden contribuir o mitigar los impactos medioambientales durante y después de un conflicto.

### Social (S - Social)

Los impactos sociales de los conflictos armados son inmensos. Las comunidades locales a menudo sufren la pérdida de vidas, la desaparición de la infraestructura básica, la interrupción de los servicios de salud y educación, y la desplazamiento forzado de población. Estos eventos afectan directamente al tejido social y económico de las regiones afectadas.

Las empresas que operan en áreas afectadas por conflictos enfrentan desafíos significativos en términos de responsabilidad social. La contratación de fuerza laboral local y el apoyo a programas de reconstrucción y desarrollo comunitario son esenciales para mitigar los impactos sociales negativos. Los inversores y analistas ESG evalúan la capacidad de las empresas para gestionar y responder a los desafíos sociales generados por los conflictos armados.

### **Gobernanza (G - Governance)**

La gobernanza efectiva es esencial para la estabilidad y el desarrollo sostenible. Los conflictos armados a menudo van de la mano con la corrupción, la falta de transparencia y la violación de los derechos humanos. Las empresas que operan en entornos afectados por conflictos deben enfrentarse a desafíos significativos para mantener altos estándares de gobernanza.

Los inversores ESG evalúan la capacidad de las empresas para gestionar riesgos relacionados con conflictos y para implementar prácticas de gobernanza sólidas. La transparencia en la cadena de suministro y la adhesión a estándares éticos son factores críticos que afectan la evaluación de las empresas en términos de gobernanza en situaciones de conflicto.

Los conflictos armados tienen un impacto multidimensional en los criterios ESG. Las empresas que operan en zonas afectadas enfrentan desafíos significativos para mantener estándares éticos y sostenibles. Sin embargo, también pueden desempeñar un papel crucial en la reconstrucción y el desarrollo sostenible de las comunidades afectadas. Los inversores y analistas ESG desempeñan un papel fundamental al evaluar cómo las empresas abordan estos desafíos y contribuyen a la construcción de un mundo más ético y sostenible en medio de los estragos de los conflictos armados.



**Jairo Ramos**

[LinkedIn](#)

## Compras VS The Mandalorian

Con StarWars me pasa algo curioso: me gusta tanto, que, aunque no sea muy bueno, me sigue gustando. Es más, por muchas decepciones que me lleve (aka Episodio I, II, III), mi hype permanece intacto cada vez que se anuncia una nueva interacción con la franquicia.

En cuanto a la saga galáctica más conocida, mi sensación es que en los últimos años ha habido un bombardeo de lanzamientos de irregular calidad, tanto en la ejecución, el interés artístico como el impacto en el lore. No obstante, siempre me apetece una dosis de Star Wars y aunque no esté a la altura de la trilogía original (¿y qué lo está?), lo disfruto con independencia de la calidad general.

De las películas, series, videojuegos, libros y comics que han lanzado constantemente desde la compra de LucasFilms por parte de Disney, me atrevería decir que la serie The Mandalorian ha sido la que más me ha gustado. Se aleja de la saga Skywalker pero lo justo, amplía el lore, introduce personajes carismáticos, explica flecos y supuestas incoherencias en la saga y todo ello sin olvidarse del fan service. Otra de las cosas en las que The Mandalorian destaca es que ha logrado que una frase de su guion trascienda casi tanto como las ya míticas “que la fuerza te acompañe” o “soy tu padre” de las pelis originales. Me refiero al mantra mandaloriano “Este es el Camino” o en su versión original, “This is the Way”.

La tradición del clan mandaloriano de los Hijos de la Guardia les insta a repetir esas palabras cada vez que se cumple uno de los preceptos de su ortodoxia. Sería algo similar al “amén” cristiano. De ahí que, capítulo tras capítulo, a base de repetirla, la frase haya calado en el fandom.

En Compras también tenemos nuestro dogma. La forma correcta de hacer las cosas. Habitualmente, el bajo nivel de madurez de compras en la mayoría de las organizaciones que no tienen experiencia no sabe y/o no entienden dónde ni cómo ubicar a Compras hacen que el departamento sea ignorado, arrinconado o que se tomen decisiones estratégicas basadas en suposiciones o intuiciones. Y sin lugar a duda, ese no es el camino. Una herejía para cualquier comprador y/o ejecutivo que se precie.



La base de cualquier empresa, desde la más pequeña hasta la mayor mega-multinacional, se reduce a dos conceptos: entrada de dinero (ingresos) y salida de dinero (gastos). El deber y el haber de toda la vida. Pues bien, Compras es el área que, en su nivel máximo de madurez (habitualmente conocido como “Value Chain Integration”), debería definir cómo se gestionan todos los gastos de compra.

Aclaración importante: “gestionar todos los gastos” no significa que todo tenga que pasar por compras, más bien que compras define las políticas, estrategias y herramientas que utilizará toda la organización para asegurar que ese gasto se hace de forma eficiente, legal y ética.

La gestión del gasto tiene infinitas capas, cada una con sus procesos, métodos, herramientas y perfiles profesionales adecuados. Es imposible en un artículo breve entrar en el detalle de todos y cada uno de ellos, pero compras dispone de metodología y herramientas para cada proceso, para cada fase del ciclo de vida de un producto o servicio, para todos los tipos de gastos y de proveedores y por supuesto, también para temas relacionadas con la innovación, la sostenibilidad, la digitalización, la igualdad, la gestión de equipos... Método para cuando las cosas van bien y para cuando se prevé que vayan mal. Para el corto, el medio y el largo plazo. Como un veterano mandaloriano, nuestra armadura es impenetrable y nuestro arsenal completo y lo ponemos a disposición de la empresa.

"...compras dispone de metodología y herramientas para cada proceso, para cada fase del ciclo de vida de un producto o servicio, para todos los tipos de gastos y tipología de proveedores y por supuesto, también para temas relacionadas con la innovación, la sostenibilidad, la digitalización, la igualdad, la gestión de equipos... Método para cuando las cosas van bien y para cuando se prevé que vayan mal. Para el corto, el medio y el largo plazo".

En cualquier caso, lo importante es que cualquier decisión que tome la empresa relacionada con el gasto, la organización, políticas y herramientas de compras se fundamente en un equipo de Compra fuerte y maduro.

No es una cuestión baladí ni de ego de comprador ya que estamos hablando de algo, como mínimo, tan crítico como el income. Para empresas industriales, de hecho, se estima que el gasto de Compras supone entre el 50% y el 70% de los ingresos.

Según el INE, el 82% de las empresas fracasa por problemas relacionados con el cash Flow, por eso hace falta prestar tanta atención a la gestión de la entrada de dinero como la salida.

Es más, un departamento de compras maduro no sólo se preocupará de variables tan básicas como el precio y las condiciones de pago a la hora de desarrollar su labor, si no que su objetivo primordial, como dice Van Weel & Rietveld será el de “crear valor para la compañía” = que gracias a Compras, a la empresa le sea más fácil crecer.

"...un departamento de compras maduro no sólo se preocupará de variables tan básicas como el precio y las condiciones de pago a la hora de desarrollar su labor, si no que su objetivo primordial, como dice Van Weel & Rietveld será el de “crear valor para la compañía” = que gracias a Compras, a la empresa le sea más fácil crecer.¿En serio puede haber todavía empresas que no estén decididas a crear e invertir en su departamento de Compras?".

Es más fácil hacerlo que decirlo. Para llevarlo a cabo deberemos tener un equipo motivado, formado y comprometido con las compras (eso es relativamente fácil, porque a todos los compradores les encanta su trabajo, ¿verdad?). Pero también los recursos necesarios y el respaldo de la organización en general y la dirección en particular. Sin esa variable, la capacidad para hacer bien las cosas y madurar como departamento estará realmente limitada.

Apliquemos metodología. Tomemos decisiones racionales. Dedicemos tiempo a la mejora continua. Tan importante para nuestra profesionalidad como el no quitarse el casco o las armaduras de beskar lo son para los mandalorianos. Ese debería ser el dogma del Comprador y sólo así podremos decirle al negocio “Este es el Camino”.



## Ciclo económico y compras

¡Atención compradores! ¿Tenéis en cuenta el ciclo económico para planificar vuestras estrategias?

"¿Eso es como el ciclo de la vida de El Rey León?"

El ciclo económico es el conjunto de fenómenos económicos que se suceden en una época o periodo determinado, dividido además en cuatro fases según en qué momento, ascendente o descendente, se encuentre la economía.

Conocer el día a día macro nos permite identificar estos fenómenos económicos y, entendiendo en qué fase estamos del ciclo, anticipar lo que nos vamos a encontrar en nuestro mercado y también alinearnos con los futuros objetivos de nuestra empresa a futuro.

¿Cómo puede afectar esto en nuestro día a día? En el caso de estar en un periodo de ralentización porque así lo digan los diferentes indicadores, debemos prever una posible recesión, una caída de los márgenes, una necesidad de disminuir el gasto y aumentar los ahorros.

De igual manera, si empezamos a vislumbrar valores que nos pueden llevar a pensar que estamos en la fase de recuperación, debemos ya ir anticipando un crecimiento de las ventas y por tanto de los pedidos, subidas de precio por el aumento de la demanda, y por tanto intentar cubrirnos de estos incrementos.

Un buen indicador para anticiparnos a estos ciclos son las bolsas. Si habéis seguido las noticias estos días, todas las bolsas están celebrando los malos datos de EEUU en empleo y una inflación una décima por debajo de lo previsto en algunos casos. Están anticipando una fase de recuperación y los inversores toman posiciones largas.

Y tú, ¿en qué parte del ciclo económico crees que estamos? ¿Qué crees que va a ocurrir en 2024 y qué estrategia te planteas para tu categoría?

- **Elija un método:** elija la técnica de pronóstico adecuada según sus objetivos y los datos disponibles. Existen varios métodos, incluidos enfoques cualitativos (como opiniones de expertos) y métodos cuantitativos (como modelos y algoritmos estadísticos).
- **Analizar los datos:** utilice el método elegido para examinar los datos y buscar patrones, tendencias o relaciones. Este análisis le ayudará a hacer predicciones informadas sobre eventos o resultados futuros.
- **Haga el pronóstico:** basándose en su análisis, haga conjeturas fundamentadas sobre lo que podría suceder en el futuro. Tenga en cuenta las limitaciones de los pronósticos y la incertidumbre del futuro al hacer sus predicciones.
- **Valide el pronóstico:** verifique sus predicciones con resultados reales o datos históricos para ver qué tan preciso es su pronóstico. Este paso ayuda a identificar cualquier problema o inexactitud en el proceso de pronóstico y puede guiar mejoras en pronósticos futuros.
- **Revisar y ajustar:** revise periódicamente su pronóstico y actualícelo a medida que haya nueva información disponible o las condiciones cambien. Sea flexible y esté preparado para modificar sus predicciones y planes según sea necesario.

