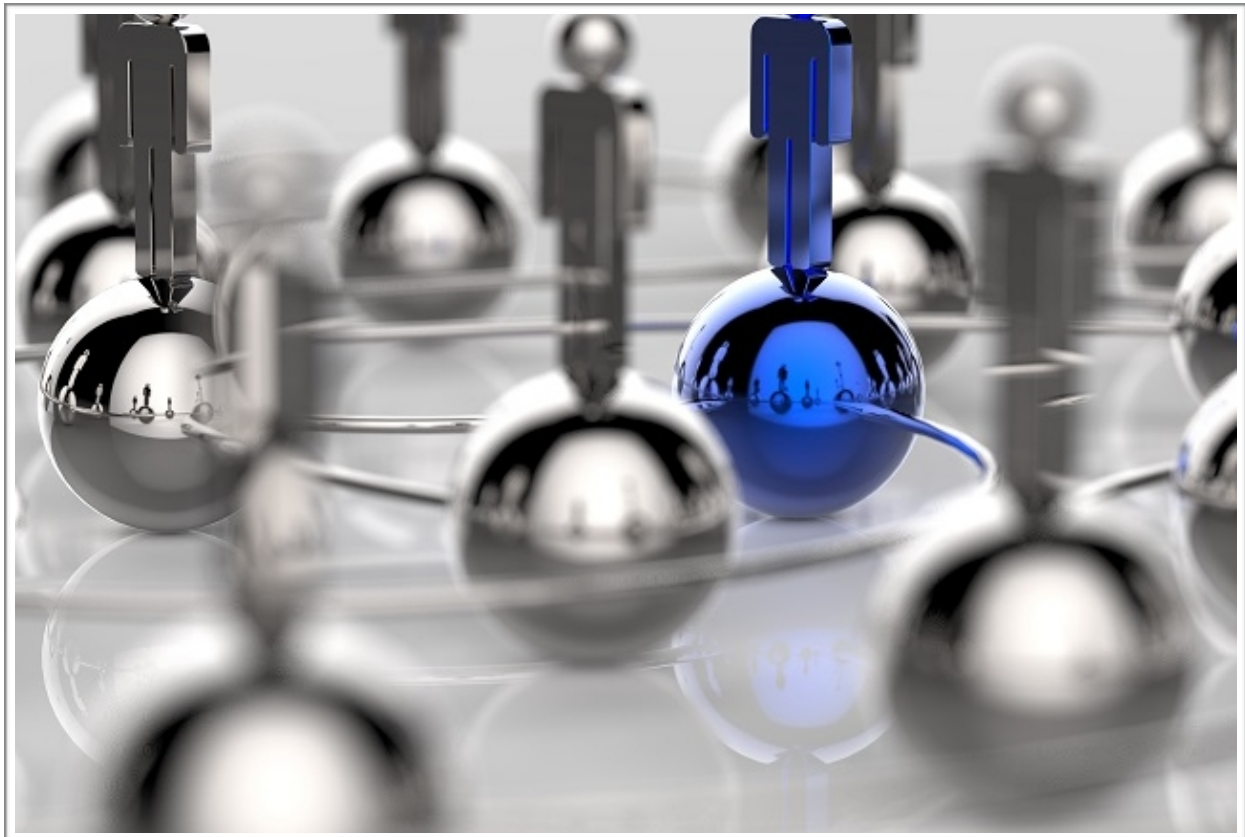


Gestión de Compras

Estrategias de aprovisionamiento en las empresas



Roberto Rosales SCM®

Enero, 2016

Gestión de compras

Estrategias de aprovisionamiento en las empresas

Cada día toma más relevancia, en el área de compras, utilizar una estrategia adecuada para gestionar el aprovisionamiento de una empresa. El tiempo que se invierte en el proceso de compra debe relacionarse con la importancia de los productos o servicios. El disponer de una estrategia de aprovisionamiento significa: conocer los segmentos de mercado a los cuales comprar; determinar los proveedores; establecer el tipo de relación a mantener; analizar el tipo de estrategia operativa; y por último, definir el tipo de contrato.

Siempre es necesario encuadrar las estrategias de aprovisionamiento dentro de un mismo marco, que permita conseguir los objetivos del área de compras, y asegurarse que estén alineadas a la estrategia corporativa de la empresa. Los objetivos del área de aprovisionamientos se enfocan en:

- Servicio y capacidad de respuesta del proveedor.
- Disponibilidad y plazos de entrega.
- Reducción de costos.
- Calidad e innovación.
- Condiciones de financiamiento.

Definición de las estrategias de aprovisionamiento

Las estrategias de aprovisionamiento necesitan considerar tres aspectos principales, de acuerdo a lo establecido en el sistema de formación modular en SUPPLY CHAIN MANAGEMENT, del ITC:

- 1.- Nivel de gasto anual en el producto o servicio.
- 2.- Impacto del no disponer del producto o servicio.
- 3.- Oportunidad y riesgo de aprovisionamiento.

El objetivo principal al diseñar las estrategias de aprovisionamiento, es lograr un enfoque preciso en el manejo de la relación con los proveedores de acuerdo a los tipos de productos o servicios que la empresa adquiere.



Por ejemplo, existen artículos que representan un alto nivel de gasto anual, inciden directamente en los objetivos de aprovisionamiento y representan un importante riesgo al proceso productivo. A éste tipo de productos o servicios la gestión del comprador es imprescindible asignar mayor atención, tiempo y recursos, no así en aquellas compras rutinarias.

Las empresas tienen artículos conocidos como "cuellos de botella", los cuales también deben manejarse con prolijidad, ya que afectan directamente a sus operaciones. El nivel de gasto anual puede no ser alto, pero el riesgo de aprovisionamiento sí.

Las estrategias se enfocarán en incrementar el gasto y reducir el riesgo de aprovisionamiento, principalmente a través de acciones como:

- Identificar diferentes artículos que puedan agruparse.
- Agrupar los requerimientos de diferentes lugares y usuarios.
- Revisar especificaciones y usar estándares, donde sea posible.
- Identificar nuevas fuentes, a través de análisis de mercados.

Tipo de relación con el proveedor

El efecto de que tan cercana o lejana es la relación con el proveedor, puede significar: realizar compras puntuales, comercio habitual, contratos abiertos o fijos, acuerdos de asociación o establecer empresas conjuntas.

Como conclusión, el determinar adecuadamente las estrategias de aprovisionamiento, permite realizar una gestión de compras con excelentes resultados para la empresa. Es importante definir estrategias específicas para los diferentes productos y/o servicios que la empresa compra, y éstas se construye sobre el impacto, oportunidad y riesgo de abastecimiento, así como del nivel de gasto que representan para la empresa.

Roberto Rosales SCM® | DIRECTOR ECUADOR |
Móvil 099 427 3453 (claro) 099 540 4527 (movistar)
roberto.rosales@cbsnetwork.com.ec
Usuario skype: rosales1975
Twitter: @rrosales1975