

Comercio Autónomo

Una nueva era para las compras en el sector industrial

Las empresas del sector industrial han sufrido el impacto en su cuenta de resultados como consecuencia de las limitaciones de suministro. La interrupción de la cadena supone un mayor riesgo comercial para los directores financieros que la escasez de talento, un entorno regulatorio dinámico o que la COVID-19, como indican las principales consultoras.

Los eventos de los últimos tres años han causado problemas a las cadenas de suministro interconectadas. La pandemia, los fenómenos meteorológicos extremos y el conflicto en Ucrania han alterado las cadenas de suministro mundiales y obligado a desviar modos de transporte y cerrar la producción, provocando una subida de los precios de la energía y los costes de envío y aumentando la presión en las empresas, como demuestra el informe de DHL *Understanding the 'new normal' supply chain risks in 2022 and beyond*.

Por otra parte, la escasez de talento produce que queden puestos vacantes sin cubrir en roles logísticos críticos. Asimismo, los ataques cibernéticos generalizados se dan con una frecuencia cada vez mayor.

Retos para el área de Compras

Carlos Tur, country manager de JAGGAER para España y Portugal, afirma: “Como consecuencia de lo anterior, la función de compras en el sector es ahora más dinámica que nunca y debe reaccionar rápidamente a las interrupciones de los suministros. Antes de nada, es necesario hacer un análisis de cuál es la situación de partida de la organización y hacia dónde queremos que se dirija”.

JAGGAER identifica ocho puntos o retos para el sector. El primero, saber en qué punto de la transformación digital nos encontramos. Al igual que las empresas y los mercados son cada vez más digitales, el futuro de las compras tam-



Carlos Tur, country manager de JAGGAER para España y Portugal

bién lo es. Trabajar con un partner tecnológico nos dará la medida de en qué punto se encuentran los procesos de *source-to-pay* (o ciclo completo, desde que se origina la necesidad hasta la fase de pago) de la empresa.

El segundo reto es concentrarlo todo en una única aplicación. Es muy común que los datos y procesos de compras existan en diferentes aplicaciones. Para aportar una mayor eficiencia y transparencia, tener una única plataforma centralizada e integrada con terceras aplicaciones que alimenten dicha plataforma, facilita estos procedimientos, ya que solo existe un sitio de referencia.

En tercer lugar, aumentar la transparencia. La normativa vigente y la presión de los consumidores requieren que las empresas informen sobre su cadena de suministro, lo cual mejora la transparencia e impide que las empresas sufran daños que cuestionen su reputación.

A continuación, se deberían digitalizar completamente los procesos de *source-to-pay* para incrementar la eficiencia de la empresa.

Desde luego, otro reto, más bien una obligación, es retener el talento. Los profesionales de compras de hoy quieren trabajar en un entorno moderno y de alta tecnología para poder enfocarse en la estrategia, no en la rutina.

También debemos someter la es-

trategia de *sourcing* (aprovisionamiento) a examen. Diversificar la base de proveedores para reducir el riesgo puede significar identificar a más proveedores locales. A la hora de adjudicar los contratos debe influir no solo el nivel de precios sino también la capacidad de respuesta, confianza y resistencia del proveedor, de cara a sobrevivir a los posibles riesgos dentro de la cadena de suministro y las interrupciones.

Con la tecnología y los conocimientos implantados, el siguiente paso es abordar los criterios ESG (medio ambiente, social y de gobernanza, por sus siglas en inglés). “Aunque se pueda pensar que su cumplimiento es incompatible con la rentabilidad, realmente es todo lo contrario. Las medidas relacionadas con la sostenibilidad aseguran la viabilidad tanto de la compañía como de los proveedores dado que se satisfacen las exigencias de los consumidores en la cadena de suministro”, explica Tur. “Precisamente, relacionado con este último punto, debemos mejorar las relaciones con los proveedores. En tiempos de presión y crisis, estas relaciones dan a las empresas una mayor agilidad. Las nuevas tecnologías ayudan a los clientes a facilitar la cooperación, lo que lleva a una mayor estabilidad y transparencia en las relaciones con los

Es esencial digitalizar procesos, introducir los criterios ESG y mantener buenas relaciones con los proveedores

proveedores”.

Comercio Autónomo, factor acelerador

Frente a estos enormes desafíos, se necesita una mejor manera de realizar las operaciones comerciales, más interconectada e inteligente, para acelerar la transición a una compra totalmente digitalizada: el Comercio Autónomo. “Es un mundo en el que compradores y proveedores están unidos en una única red global, totalmente acreditados, catalogados y listos para realizar transacciones. Ambos reciben recomendaciones inteligentes que alinean las necesidades del comprador y las capacidades del proveedor sopesando las especificaciones de los productos, el precio, los niveles de servicio, el riesgo y los objetivos de sostenibilidad”, añade Tur.

En este nuevo universo, las tareas más repetitivas son ejecutadas de forma autónoma gracias a solu-

ciones inteligentes, y permitiendo a los empleados centrarse en actividades más estratégicas y de valor añadido. Cada transacción es analizada por la Inteligencia Artificial prescribiendo continuamente procesos de negocio que mejoran tiempos y reducen costes.

“En una industria que registra millones de operaciones internacionales y multitud de proveedores globales, los compradores cuentan con acceso ilimitado a infinidad de fuentes de suministro que están estrechamente alineadas con sus necesidades específicas. Es tan sencillo como comprar online en casa”, señala el directivo.

En definitiva, el sector industrial tiene la gran oportunidad de invertir en tecnologías que hagan de la función de compras y aprovisionamiento una profesión impulsada por el análisis, atrayendo a los mejores talentos. A este respecto, las nuevas tecnologías, y el Comercio Autónomo como gran revolución, pueden realizar las tareas repetitivas y manuales, mientras que los profesionales de compras se centrarán en tomar decisiones estratégicas y cultivar relaciones colaborativas con los proveedores.