

Compras: La madurez es la palabra clave para 2020



Carolina da Costa Mota
Dirección General, en APCADEC -
Asociación Portuguesa de Compras y
Gestión del Suministro

El sector de Compras ha atravesado, durante los últimos años, por unos cambios profundos; sea en su posicionamiento, sea por la revolución tecnológica o simplemente, por la relevancia que el departamento ha alcanzado dentro de las organizaciones.

Se ha hablado mucho de tecnología, de capacitación de los recursos humano, de las Compras en femenino y, sobre todo, se ha discutido sobre la importancia de tener procesos bien definidos y claros. En 2020 se espera que la evolución del sector dando lugar a una maduración del mismo.

“En este sentido, la relación con los proveedores habrá de ser el foco de atención e intensificarse más; evolucionando en decisiones más estratégicas, permitiendo una mayor visibilidad en todo el ciclo”

Con las incertidumbre de la economía mundial —el *Brexit*, China, el posicionamiento de los Estados Unidos, etc.— el sector en 2020 tendrá que estar atento y preparado para lo inesperado. En este sentido, la relación con los proveedores habrá de ser el

foco de atención e intensificarse más; evolucionando en decisiones más estratégicas, permitiendo una mayor visibilidad en todo el ciclo. No solo para obtener un mejor precio, sino principalmente para anticiparse y reducir los riesgos; así como para gestionarlos de forma más eficaz.

La inversión en una estrategia digital debe estar, también, a la orden del día, hoy más que nunca. Las empresas siguen siendo conscientes de la creciente valía de la transformación digital, sin embargo, la gran mayoría permanece anclada en los procesos manuales y no saben, salvo en raras ocasiones, si están avanzando en la dirección correcta cuando se les pregunta sobre el asunto.

Para asegurar una correcta estrategia de Compras en 2020, las organizaciones deben capacitar a sus recursos internos con programas específico y con el apoyo adecuado y, si fuese necesario, reforzar su estructura con profesionales especializados y cualificados. La Inteligencia Artificial seguirá siendo un tema sobre la mesa, dado que las tareas más operacionales podrán ser realizadas con una mínima intervención humana y concluidas por medio de la robótica, liberando tiempo para que los equipos de Compras se centren en los componentes más estratégicos de la función.

No es siempre fácil acertar con la gestión del cambio, de ahí que

muchas empresas sigan dudando, como pone de manifiesto el sondeo realizado por la firma de auditoría *Deloitte para su estudio The Deloitte Global CPO Survey 2019*, que muestra que el 51 por ciento de los líderes de Compras acreditan que sus equipos no están suficientemente capacitados para desarrollar la estrategia digital y, en este sentido, plantean recelos en el despliegue de las nuevas tecnologías como la Inteligencia Artificial, la Automatización Robótica de Procesos o el *Blockchain*.

“Para asegurar una correcta estrategia de Compras en 2020, las organizaciones deben capacitar a sus recursos internos con programas específico y con el apoyo adecuado y, si fuese necesario, reforzar su estructura con profesionales especializados y cualificados”

Con el avance en la madurez del sector y la implementación de la transformación digital, las empresas empiezan a sacar rendimiento al poder de la Inteligencia Artificial —posibilitando una gestión más

fácil de la carga de trabajo transaccional mediante la robótica y abriendo las puertas a que los profesionales de Compras puedan concentrarse en los desafíos que atraen valor añadido a sus organizaciones—, las empresas y también la función de Compras se beneficiarán de la mayor velocidad y crecimiento. “Detenerse es morir” y ahora, más que nunca, es el momento de consolidar todo lo que se ha venido debatiendo mediante la acción.

