

La falta de tiempo

Ante la pregunta ¿Cuál es la mayor restricción que enfrenta un comprador? Se pueden encontrar múltiples repuestas. Para muchos, esta respuesta es proveedores confiables, para otros es usuarios comprometidos, para los menos, espero, sería talento del lado del comprador. Para mí, el recurso más escaso es simplemente... tiempo.

Una de las principales quejas de los usuarios en los estudios que he realizado en los últimos años es lo lento que es el área para responder a las peticiones de los usuarios. Por otro lado, las quejas de los compradores es que nunca tienen tiempo para hacer algo más que la operación del día con día por lo cual su contribución estratégica es muy limitada.



Algunas de las razones comunes por las cuales el tiempo es un problema en compras es:

- El usuario no tiene claro lo que necesita. Ante esto, el comprador y el proveedor no pueden avanzar eficientemente y todo se vuelve urgente.
- No tenemos claro quienes lo pueden satisfacer. Los compradores no han actuado proactivamente y la búsqueda de un proveedor confiable consumirá mucho tiempo una vez que se formaliza la solicitud de compra.
- Los proveedores no nos conocen. El proveedor requiere de mucha información por parte de la empresa para poder iniciar la relación comercial o proponer la mejor solución.
- No se le da un buen seguimiento al proceso. Las partes se quedan esperando “algo” de “alguien” y las cosas no avanzan por largos períodos hasta que se convierten en una urgencia que absorbe todo el tiempo del comprador.
- Se premia el resultado sobre la planeación. El comprador se preocupa por el resultado de hoy y no es motivado a una planeación formal junto con los usuarios que les libere a ambos tiempo en el futuro para tareas de mayor valor.

Para poder obtener un mejor rendimiento del recurso “tiempo” se recomienda que los compradores realicen las siguientes acciones:

- Planear. Trabajar con los usuarios clave para anticipar lo más posible sus necesidades en base a sus pronósticos de demanda o nuevos proyectos específicos.
- Simplificar los procesos. Facilitar la identificación de las necesidades y dejar claro las responsabilidades y plazos de cada participante del proceso para evitar lagunas en la toma de decisiones.
- Acercarse a los proveedores. Conocer quiénes son y darles a conocer quiénes somos anticipadamente a la necesidad específica.
- Automatizar los procesos. Hacer uso de la tecnología para recortar procesos y acelerar respuestas. Eliminar el papel y las firmas autógrafas.
- Mejorar la visibilidad. Saber que está pasando con nuestros clientes y sus inventarios así como con las capacidades e inventarios de los proveedores.

Administrar el tiempo es clave para que un profesional es suministros pueda desarrollar su potencial estratégico e innovador.