

Evitando la Anorexia empresarial

La anorexia se define como un desorden mental que hace que las personas se obsesionen con su peso y pongan en riesgo su salud al quedar “en los huesos”. Uno de los problemas es que la persona afectada no se da cuenta de su situación y por lo tanto no toma acciones correctivas oportunas.

En algunas organizaciones, este fenómeno ocurre con la reducción de costos, se vuelve una obsesión que puede llevar a las empresas a poner en riesgo su salud operativa y financiera.

En el caso de materiales y servicios que pertenecen al costo de producción, la existencia de especificaciones puede ayudar a que la organización identifique que está llegando a niveles de reducción que ponen en riesgo el servicio al cliente final y esto sirva como una alarma para buscar nuevas opciones diferentes al precio.

Pero cuando hablamos de gastos indirectos, la situación puede ser más difícil ya que algunas áreas de compras prefieren ignorar las opiniones de los usuarios y no saben en qué momento parar la búsqueda de mejores precios.

Recuerdo que alguna vez le comenté a recursos humanos que mi personal se quejaba de lo malo que eran las clases de inglés y la respuesta del director, quien era responsable de esa contratación, fue “por lo que pagamos, que esperaban”.



Algunas preguntas importantes que todo comprador se debe hacer cuando empieza a entrar en el terreno de la obsesión por pagar menos en materiales y servicios indirectos son:

1. ¿Lo que recibiremos por este precio, nos permite realizar las operaciones de soporte eficientemente?
2. ¿Se tendrá alguna repercusión en la calidad del soporte que se da a la organización interna o a los clientes?
3. ¿Afectará la experiencia que tienen los clientes cuando interactúan con nuestra organización?
4. ¿Impactará en la imagen y reputación que quiere proyectar la organización?
5. ¿El beneficio de la reducción es proporcional al riesgo que se está corriendo?

Al igual que la Anorexia el problema es mental, se refiere a la forma en que enfocamos la situación, por lo que solo aceptando que tenemos un problema, podremos empezar a solucionarlo y ser ese generador de valor que la empresa necesita.