

1. Introducción:

En el contexto actual en México, las áreas de compras están enfrentando retos que no siempre son visibles en la operación diaria, pero que impactan directamente la eficiencia, el control y la capacidad de generar valor en las organizaciones.

A partir de información recabada en conversaciones recientes con profesionales del área de compras, identificamos patrones que reflejan el estado actual de la función de compras en distintas empresas. Por la relevancia de estos hallazgos, reunimos este material con el objetivo de compartir una lectura clara y accesible sobre las principales dolencias que hoy enfrenta el área de compras.

2. Hechos y datos:

◆ a) Posicionamiento del área de compras

Lo que vemos en el mercado:

- ✓ Compras participa en dirección o comités
- ✓ Tiene acceso a dirección en ciertos momentos
- ✓ En pocos casos no tiene acceso

Lo que esto significa:

Estar cerca de la dirección **no garantiza** influencia.

En muchas organizaciones, compras es consultada cuando hay necesidad, pero no participa en la construcción de decisiones.

Señal de alerta:

¡Compras reacciona a decisiones... en vez de influir en ellas!

◆ b) Planeación en compras

Lo que vemos en el mercado:

- ✓ Predominan acciones operativas por proyecto
- ✓ Algunos tienen planes generales
- ✓ Pocos cuentan con procesos definidos
- ✓ No hay planeación estructurada por tipo de proveedor

Lo que esto significa:

La mayoría de las áreas de compras no planean... responden.

Esto limita en negociación, control del gasto y visibilidad del mercado

Señal de alerta:

¡Las prioridades de compras cambian constantemente según la urgencia!

◆ c) Uso de tecnología y datos

Lo que vemos en el mercado:

- ✓ Uso de herramientas básicas (Excel)
- ✓ Uso parcial de ERP
- ✓ Algunas soluciones avanzadas

Lo que esto significa:

La tecnología está presente... pero no siempre está conectada a la toma de decisiones.

De acuerdo con el Institute for Supply Management (ISM), el uso de datos y tecnología es una capacidad clave para generar valor en compras.

Pero el punto no es tener sistemas, sino contar con información oportuna.

Señal de alerta:

¡Las decisiones se toman con información incompleta o tardía!

◆ d) Gestión del riesgo

Lo que vemos en el mercado:

- ✓ Se evalúa cuando hay problemas
- ✓ Se trabaja parcialmente con otras áreas
- ✓ Se identifican proveedores críticos
- ✓ No hay enfoque en cadena de valor o relaciones estratégicas

Lo que esto significa:

El riesgo se atiende... pero no se gestiona de forma anticipada.

Esto genera decisiones bajo presión, dependencia de proveedores y pérdida de control

Señal de alerta:

¡Los problemas se resuelven cuando ya impactaron la operación!

3. Conclusión:

Si varias de estas situaciones te resultan familiares, **no es casualidad**. Muchas áreas de compras operan correctamente en el día a día, pero aún tienen oportunidad de fortalecer su nivel de control y contribución al negocio.

El primer paso no es implementar herramientas o cambiar procesos, es tener claridad sobre el punto de partida y dar el primer paso.