

La Gestión de Relación con los Proveedores en la Cadena de Abastecimiento

Richard Farfán Bernales¹

Escuela de Postgrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC, Lima, Perú)

RESUMEN

El artículo describe la importancia de la gestión de relación con los proveedores en la cadena de abastecimiento y describe algunos de sus beneficios.

PALABRAS CLAVE

Cadena de abastecimiento; proveedores; gestión de relación con proveedores; gestión de proveedores

Supplier Relationship Management in the Supply Chain

ABSTRACT

The article describes the importance of supplier relationship management in the supply chain and describes its benefits.

KEYWORDS

Supply chain; suppliers; supplier relationship management; supplier management

¹ Correo: rfarfan@cip.org.pe

Farfán Bernales, R. (2014). La Gestión de Relación con los Proveedores en la Cadena de Abastecimiento. *Sinergia e Innovación*, 2(2), 118-122.

Fecha de recepción: 02/04/2014

Fecha de aceptación: 29/10/2014

La cadena de suministros es un nuevo ámbito de aplicación para el negocio sostenible. Una vez implementados los procesos, la siguiente fuente principal tanto de riesgos como de oportunidades en cuanto a sostenibilidad es su cadena de suministros. Necesita saber de dónde proceden sus productos y servicios y debe estar seguro de que los terceros que participan en este suministro comprendan y cumplan con sus principios.

El desafío reside en que las cadenas de suministros son amplias y dinámicas. La entrada y salida de proveedores es constante y, a su vez, cada proveedor tiene sus propios proveedores. La gestión de un programa de recopilación de datos sobre su cadena de suministros puede representar una inmensa carga para sus recursos internos.

Hoy en día percibimos el enorme impacto de la gestión de las relaciones de los proveedores en la creación de valor para una compañía y para sus clientes. Este cambio ha mejorado increíblemente la importancia de la base de proveedores, incluyendo aquellos donde la relación es puramente transaccional hasta aquellos a los que consideramos que deben ser tratados como socios estratégicos. La función de compras se ha transformado de una función táctica y sin influencia en el rendimiento global a una función estratégica. La relación entre los proveedores y la compañía compradora ha cambiado: de un proceso transaccional antagónico a un proceso orientado a las relaciones de mutua cooperación. En el modelo antagónico, el objetivo era obtener la mejor ventaja de esta relación, a veces jugando con uno u otro proveedor. Los actores en este modelo consideraban que todos eran adversarios entre sí y que competían para una mayor participación de los recursos, por lo que los proveedores más débiles tenían desventajas, pero la más seria desventaja era para la empresa compradora pues sus proveedores serían incapaces de entregar calidad y servicio durante la relación cliente-proveedor. Este a menudo conduce a inestabilidad en suministrar y estancamiento en el desarrollo de la oferta de mercado. Además, esta forma de cooperación comprende el riesgo de desperdiciar recursos al competir por los beneficios a corto plazo en lugar de centrarse en la creación de valor. En el modelo de compra antagónica a menudo se ahorran costos de compra, sin embargo los proveedores pueden hacer mucho más que la entrega de artículos a precios razonables por encargo.

La función de la gestión de suministros de una organización es responsable de diversos aspectos de la adquisición de bienes y servicios para la organización. En muchas organizaciones, la adquisición o compra de servicios es llamada "contratación", mientras que el de mercancías se llama "compra" o "adquisición".

- Gestionar el desempeño de los proveedores: la aplicación de tecnologías, procesos, políticas y procedimientos para apoyar el proceso de compra (supplier relationship management o SRM). Hay varias empresas que tienen el software para la aplicación de SRM.
- El proveedor de gestión de relaciones con el proceso: tiene que proporcionar la estructura de cómo las relaciones con los proveedores será desarrollada y mantenida
- Las teorías económicas de la oferta y la demanda: la gestión de la oferta se considera generalmente como un sistemático proceso de negocio que incluye más funciones que los tradicionales de compra, tales como la coordinación interna de entrada y de pre-producción logística y la gestión de inventario.
- Las relaciones de libre competencia con muchos proveedores son menos eficaces para la empresa compradora, orientándose actualmente a la cooperación con pocos proveedores con el fin de ofrecer un valor superior para los propios clientes con el objetivo de mejorar constantemente los productos es más prometedor cuando la empresa proveedora y la empresa compradora cooperan mutuamente (Gadde & Snehota, 2000; Wilson, 2000). Esto es aún más importante, ya que es muy difícil-si no imposible-para el comprador para mantenerse al día con diferentes áreas técnicas usuarias, lo que aumenta la probabilidad de colaboración y capacidad de respuesta del proveedor. Esto, a su vez, conduce a mejores resultados financieros para la empresa compradora, una reducción de inventarios innecesarios, menores costos de abastecimiento y ahorro para la empresa compradora.

Esta tendencia actual, específica para la información del proveedor y gestión de desempeño, nuestra solución que es parte de una de las mejores series de soluciones para la adquisición colaborativa junto con servicios de valor agregado para asegurar la adopción tecnológica. Un sistema centralizado para la gestión del ciclo de vida completo de la relación de su empresa con los proveedores permite:

- Determinar el valor de los proveedores.
- Reducir los costos y actividades.
- Eliminar solicitudes repetitivas a su base de proveedores y reducir el tiempo que se tarda en adquirir información de los proveedores.
- Reducir el riesgo de los proveedores.
- Cumplir con los requisitos reglamentarios mediante la comprensión de sus gastos con los proveedores.

- Gestionar más proveedores con procesos automatizados, puntuación y herramientas analíticas.
- Proporcionar un único lugar para visualizar toda la información de un proveedor.
- Mejorar el desempeño de los proveedores.
- Asegura que los proveedores cumplan con los términos del contrato y los acuerdos de nivel de servicio y,
- Permite la colaboración con proveedores para mejorar procesos
- Medidas de rendimiento están disponibles
- Proporciona visibilidad de los problemas de rendimiento para los proveedores y compradores por igual
- Proporciona un enfoque basado en indicadores para la mejora de procesos

Contribuye al crecimiento de la operación sin afectar la calidad de los proyectos:

- Reduciendo costos y aumentando las eficiencias operacionales.
- Manejo proactivo/disminución de riesgos
- Impulsar ahorros sostenibles “ahora” para aumentar la rentabilidad y el crecimiento
- Implementar procesos de negocios eficientes y efectivos
- Lograr ser más ágiles y flexibles
- Competir más efectivamente para incrementar los ingresos
- Aumentar la red de proveedores

En conclusión, la gestión de proveedores es un elemento vital en la administración moderna de las organizaciones, sobre todo si se considera que a partir de la calidad de las entradas se puede garantizar la calidad de las salidas. Es por ello que se hace necesario que los gerentes encargados del aprovisionamiento tengan herramientas que les permitan tomar decisiones ágilmente y, en la medida de lo posible, que sean objetivas y fáciles de usar.

Referencias

Gadde, L-E & Snehota, I. (2000). Making the Most of Supplier Relationships. *Industrial Marketing Management*, 29(4), 305-316. doi:10.1016/S0019-8501(00)00109-7.

Wilson, D. (2000). Relationship Marketing in Organizational Markets: From Competition to Cooperation in Blois, K. (Ed.). *The Oxford Textbook of Marketing*, Oxford: Oxford University Press.