

Lean en compras. Modelo Estratégico de compras



«Lean en Compras», es una **nueva forma de abordar la gestión de las compras que mejora la relación de la empresa con sus proveedores** y mejora el departamento a partir de la **reducción de actividades sin valor añadido con técnicas de lean office** en los procesos administrativos de compras, además de integrar al proveedor como una parte vital de la cadena de valor en el desarrollo de la actividad. Esta nueva forma de gestión constituye un modelo que refuerza las relaciones entre ambas partes a largo plazo. Es necesario **definir un modelo estratégico de compras** que englobe todas las actividades y que suponga el pilar del departamento de compras.

¿En qué consiste?

La puesta en práctica de esta metodología implanta mejoras sustanciales en la relación de la compañía con sus proveedores como, por ejemplo, la comunicación, una optimización de los lotes o mejoras en el modelo de negociación.

La aplicación redundante en ventajas no sólo para la compañía y sus proveedores sino incluso a los clientes. Los clientes se benefician de una mayor capacidad de respuesta a sus necesidades, de flexibilidad y adaptación a sus necesidades específicas y de una disminución de plazos de entrega.

Nuestra metodología de análisis e implantación, está basada en la **Norma UNE-CWA 15896 de Gestión de compras de valor añadido**, como estándar en el ámbito de las compras y tiene como mayor objetivo, el mejorar la gestión para optimizar recursos, impulsar la competitividad y la eficiencia, reducir costes y, por ende, mejorar la cuenta de resultados de la empresa que lo aplique



Nuestro análisis inicial permite calibrar los **procesos de compra y establecer medidas de mejora continua** que contribuyan a aumentar el valor añadido que la función de compras aporta en la organización. Se establecerá un **plan director de mejora**. Aplicamos el método para **organizar un departamento de compras y obtener su mejor rendimiento**, alineado con los objetivos globales de la organización. Articulamos las relaciones con los proveedores desde un punto de vista estratégico y táctico, de forma que se establezca un vínculo que permita que ambas partes apuesten, de forma conjunta, por el desarrollo de sus organizaciones. Por último, se orientan las acciones del departamento hacia una mejora continua, sin dejar de lado cuestiones medioambientales, éticas o de sostenibilidad y responsabilidad corporativa.

Trabajamos el **MODELO GLOBAL DE COMPRAS Y SUMINISTRO (SUPPLIER RELATIONSHIP MANAGEMENT)** para

reducir el Coste Total de Suministro mediante el diseño, desarrollo y optimización de algunos procesos como:

- Liderazgo de compras
- Visión, estrategia y Objetivos

Declaración de la política de compras

- Objetivos de compras
- Declaración de funciones y responsabilidad dentro del proceso de compras(compras como en gestión de suministros)
- El equipo de compras.

Determinación de la estrategia de compra (Matriz Kraljic)

- Market analysis: Conocimiento mercado / Conocimiento proveedores
- Procesos de selección y homologación.
- Negociaciones
- Evaluación y adjudicación de contratos
- Lean office en el proceso de aprovisionamiento y logística
- Entrega, recepción y logística
- Gestión del rendimiento
- Gestión del conocimiento
- Auditorías de mejora
- ...