



¿ESTÁN PREPARADAS LAS COMPAÑÍAS PARA EVOLUCIONAR HACIA COMPRAS SOSTENIBLES?

Durante los últimos años los modelos de compra han evolucionado considerablemente, pasaron de ser un proceso netamente operativo en donde garantizar precios y cumplir con un nivel de servicio era la razón de ser, luego en su proceso de madurez se convirtieron en un proceso táctico y su rol empezó a mostrar la importancia en los indicadores y planes de la organización, finalmente con modelos conocidos como “abastecimiento estratégico” las operaciones son mucho más analíticas, contemplan variables de costos abiertos, conocen el mercado y su comportamiento y forman parte de las decisiones macro de la organización. Desde hace unos meses en diferentes foros he contactado a responsables de compras de múltiples organizaciones y he formulado la siguiente pregunta:

¿Tiene su compañía un modelo de abastecimiento que involucre las Compras Sostenibles?

Las respuestas no dejan de sorprender, desde las más avanzadas en las cuales contemplan un plan estratégico a corto, mediano y largo plazo para desarrollar actividades de orden económico, social y ambiental en las decisiones de compra, hasta respuestas que incluían consideraciones como:

- “Sostenibilidad en compras hace que los productos cuesten más”.
- “Eso no lo valoran en mi empresa”.
- “La compañía tiene un área de sostenibilidad y ellos se encargan de eso”.
- “Esos modelos son una moda”
- “No sé qué es eso, y suena a que vuelve complejo los procesos”

Analizando la totalidad de las respuestas (y excluyendo aquellas pocas que si detallaron información) se encontró un común denominador y es los diferentes conceptos erróneos de la sostenibilidad en la operación diaria de compras.

Absolutamente TODAS las decisiones de compra llevan inmersos componentes de orden Económico, Social y Ambiental, el primero generalmente (y de manera errónea) se enmarca en el precio que estamos pagando y en las condiciones comerciales pactadas, el segundo y el tercero pasan desapercibidos estando muy presentes con impactos positivos o negativos.

El tema es muy extenso para ser tratado en un solo artículo, sin embargo considero que llevar los procesos de compra hacia un modelo sostenible “no es una moda”, debe involucrarse “naturalmente” en los procesos para que no se vea como una carga, y que bien planteado generando beneficios sociales y/o ambientales pueden tener un impacto positivo en los costos de compra. Adicionalmente no es una responsabilidad exclusiva del área de Sostenibilidad.

Oscar Ramírez
Consultor Compras Sostenibles
Colombia
Twitter:@comprasost