



©Dreamstime.com

## ¿Eres un buen comprador/a? Aquí os dejamos algunos consejos para conseguirlo

30-09-2015

**El departamento de compras es clave para asegurar el suministro de todo lo necesario en una empresa (cocina) y aprovechar al máximo el presupuesto destinado para ello. Una importante responsabilidad para la que os ofrecemos algunos consejos en este artículo.**

Para cualquier empresa, el departamento de compras es clave para asegurar el suministro de todos los insumos y materiales, y aprovechar al máximo el presupuesto destinado para ello. Por eso, casi siempre, los compradores son vistos como los villanos del cuento, porque en ellos está el poder de decisión para que llegue un proveedor nuevo o permanezca el que ya lleva tiempo.

Sin embargo, a veces el puesto de un comprador y sus funciones se tergiversan y terminan actuando como verdaderos 'tiranos', comprometiendo incluso el renombre o prestigio de la empresa para la que trabaja.

Aquí mencionamos diversos *tips* para que nunca dejes de ser el mejor comprador... o si acabas de acceder a esa responsabilidad, para que puedas desempeñar de la mejor manera tu función y conseguir los mejores resultados.

### Comenzando el proceso de compras

Lo primero que se debe hacer es un análisis de necesidades de las áreas a las cuales se atienden. Este análisis es muy fácil si se formulan las siguientes preguntas.

– ¿Qué hacer? Es importante recibir de la manera más detallada posible, la información sobre el uso que se dará a los insumos que se solicitarán. En caso de pedidos especiales, el detalle debe aumentar. En pocas palabras, hay que saber qué se necesita y para qué, de la mano del encargado o las personas que trabajen en una determinada área.

– ¿Qué se necesita? Esta pregunta sirve para ubicar el tipo de proveedores que atenderán la solicitud, y con ello se tomarán en cuenta tiempos de entrega, disponibilidad, etc.

– ¿Qué características debe tener (físicas, de higiene, procesos, gustos)? ¡Muy importante! El responsable de compras nunca debe pensar que es el que sabe lo que los demás necesitan; es el comprador, no el cocinero, el pastelero, el administrador, etc. El comprador debe tratar de ceñirse a las especificaciones que cada departamento requiere de cada insumo. Es decir, si se solicitan manzanas verdes, como responsable de compras se puede decidir comprar manzanas rojas porque están más baratas o en promoción, pero jamás digáis *“total son manzanas... sirven para lo mismo”*. El comprador es experto en compras, pero cada cual es experto en las características necesarias de cada producto. ¡Escucha siempre las necesidades de los demás!

– ¿Cuánto estás dispuesto a pagar? Éste es tal vez el punto más delicado ya que la máxima responsabilidad de rendir cuentas recae en el comprador. Antes de decir *“no lo compro por caro”* se deben consultar otras opciones, eso sí, siempre conservando las características deseadas. Si dentro de las indicaciones está especificada una marca, entonces se tiene que respetar porque sino nos veremos envueltos en un problema... ¡eterno!

### **Recopilación de información**

– Familiaridad con un producto. Antes de recibir un producto nuevo se debe evaluar para ver si cumple con las características de la misma manera que cumple el que se ha estado comprando desde hace tiempo.

– Tiempo a la venta. Se debe verificar cuanto tiempo lleva a la venta un producto, sobre todo si se trata de marcas nuevas o nuevos lanzamientos. El prestigio de una marca casi siempre respalda a productos de reciente creación. También se debe chequear si el producto sólo está disponible en ciertas épocas del año.

– Popularidad. Se debe verificar si lo que te están vendiendo es un producto de alta demanda, con mucha rotación y alto uso en los negocios.

– Calidad. La calidad de un producto determinará el rendimiento que pueda tener y el resultado final de las preparaciones.

– Gente. El comprador está claro que tiene gran responsabilidad pero eso no quiere decir que trate mal a nadie. Al final todos los proveedores están haciendo lo mismo que el comprador, ‘ganarse las habichuelas’, así que en el comprador debe haber la prudencia y la educación. Recordad que saber tratar a las personas, saber negociar y hacer contactos, ayuda mucho a resolver en el futuro a resolver las compras de la mejor manera... quizás incluso se consigan más descuentos o pagos aplazados.

### **Evaluación de alternativas**

Para evaluar el cambio de algún producto, se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

– Que el producto cumpla con las características que se requieren (recordad, no es el comprador quien las decide).

– ¿Cuál es la relación coste/beneficio? No siempre el producto más barato es el más beneficioso. Los productos baratos pueden llevarnos a un resultado final terrible y muchas veces los más caros tienen más rendimiento y el coste-beneficio se prorratea de tal forma que al final sale más barato.

– ¿El precio es conveniente para el comprador? Bueno... ¡ahí no nos meteremos!

Finalmente, comentar que las empresas de food service tenemos actualmente muy claro que, lejos de obligar a comprar nuestros productos, somos colaboradores de las empresas, ayudando a decidir siempre por la mejor opción y el mejor coste/rendimiento y beneficio.

Fuente: Herdez Food Service. [Comedores Industriales](#).