

Homologación de proveedores: un factor de éxito clave en las empresas de contrata y subcontrata



Mediamodifier, Pixabay

✍ Escrito por



Miguel Medina

Los proveedores son la piedra angular de cualquier empresa y guardan una estrecha relación de dependencia con tu marca y la calidad de tu producto. Necesitas a los proveedores, así como ellos te necesitan a ti. Elegir los mejores proveedores es asegurarse de que tu producto o servicio final será perfecto y para ello es necesario contar con un buen proceso o mecanismo de **homologación de proveedores**.

Si aún no sabes en qué consiste, déjanos contarte en 2 minutos lo que es y por qué estás dejando a tu marca expuesta si no lo haces.

¿Qué es la homologación de proveedores?

La homologación de proveedores es un proceso que ayuda a determinar si un proveedor cualquiera cuenta con el estándar de calidad mínimo o las certificaciones necesarias para ofrecer, realmente, un buen producto o servicio.

En pocas palabras es un sello de calidad que indica que determinado ente cumple con una serie de requisitos mínimos (que nosotros imponemos).

Que un proveedor esté homologado no es sinónimo de estar forzados a adquirir lo que ofrecen, sino que cuentan con el perfil ideal y las capacidades éticas (o legales) para ofrecerlo.

¿Cuál es su objetivo?

El objetivo principal de aplicar procesos de homologación de proveedores en una empresa es la creación de una lista de proveedores. Es decir, una base de datos de proveedores o posibles empresas sub-contratables que cuentan con nuestra previa aprobación y tienen lo mínimo necesario para cumplir con los requerimientos y necesidades de la empresa.

Es una forma segura de saber “a quién llamar” ante determinada necesidad de materiales o servicios especiales.

Una vez homologados, se establecen una serie de procedimientos que el proveedor debe cumplir si desea seguir estando “aprobado”. Aunque no quiere decir que sea obligatorio comprar lo que vende en ese momento.

¿Cómo funciona?

Existen muchas formas de implementar un proceso de homologación de proveedores en la empresa, por lo general, se hace de esta manera:

1. Se crea una lista de proveedores pendientes por aprobación.
2. Se genera un formulario que reúne los requisitos o datos necesarios para saber si un proveedor es confiable o certificable.
3. Se aplican técnicas de análisis de datos para determinar si los proveedores aprueban.
4. Se hace una auditoria (o visita) a los proveedores.
5. Se crea un informe donde se indica si el proveedor se encuentra certificado o si debe corregir algo en su proceso para poder repetir la evaluación.

Existen otras formas de homologar a un proveedor, como la revisión histórica de sus otros proyectos, su cartera de clientes y su relación con otras marcas. También es posible homologar a través de una prueba o examen a profundidad del producto que proveen y repetirla de manera periódica y aleatorizada para determinar la calidad o conveniencia de la relación comercial.

Criterios importantes a evaluar en este proceso

Establecer una base de criterios es sumamente importante para que un proceso de homologación tenga éxito, ya que estos son los que van a definir, no solo sus intereses como marca, sino las capacidades del proveedor para alinearse a ellos.

En resumen, un proveedor estará en contacto directo con tu producto en algún momento ¿a qué clase de marcas puedes confiarle tal cosa?

Algunos criterios de ejemplo pueden ser:

- Solvencia financiera
- Documentación que certifique que están autorizados para operar determinado material.
- Responsabilidad ambiental.
- Estándares de seguridad (reporte de incidentes, historial de fallas de seguridad...)
- Marcadores de responsabilidad social.
- Calidad del producto o servicio suministrado.
- Solvencia de cumplimiento legal.
- Certificaciones ISO.
- Historial de proyectos completados
- Otros.

Finalmente, será la marca quien decida qué elementos son obligatorios a considerar para darle el visto bueno a un proveedor.

La periodicidad de un proceso de homologación

Existe un error sumamente común dentro de las organizaciones que implementan este tipo de procesos sin instrucción profesional por primera vez y no es otro que olvidarse de la condición periódica de una homologación.

Si, una homologación ofrece grandes garantías ya que representa un inicio óptimo de relaciones comerciales con marcas potencialmente aliadas, proveedores de calidad y subcontratistas de primer nivel. Pero las cosas cambian con el tiempo.

En un periodo de al menos dos años y menos de cuatro, es de suma importancia que el proceso de homologación se repita. Mucho más aún si se trabajan con productos delicados como en la industria farmacéutica o similares, donde una falla importante en la cadena de suministro pueda poner en riesgo vidas.

Ya que las empresas son responsables por la contratación de los proveedores y de lo que esta relación cause en su producto, es crucial comprobar que los proveedores no han perdido cualidades con el paso del tiempo y se han mantenido en la misma visión ideal que tenían cuando fueron homologados antes.

Se entiende que es una carga adicional compleja de asumir, pero no hay precio que se equipare con la tranquilidad. Aún más, sabiendo que hay marcas que han desaparecido por completo gracias a una mala relación comercial.

¿Cómo se gestiona una cartera de proveedores homologados?

Cuando se trata de una PYME es muy probable que la gestión de proveedores homologados la lleve el emprendedor o gerente de proyectos.

Es un trabajo adicional grande, que requiere de buen ojo para los detalles, pero muy necesario.

Cuando las empresas crecen, el ritmo de trabajo hace imposible mantener este tipo de procesos, ya que hay decenas de proveedores de todo tipo. Ahí es donde entra el departamento de homologación. Muchas veces esta figura es un sub-departamento del equipo de compras o de finanzas.

Cuando ninguno de los dos escenarios es rentable, entonces llega la hora de adquirir alguna herramienta de homologación o subcontratar el proceso. Siempre de una fuente confiable que tenga trayectoria en el mercado y que lo respalde un catálogo de servicios previos ya ejecutados.

¿Qué clase de empresas necesitan homologar a sus proveedores?

Todas las empresas deberían homologar a sus proveedores o, al menos, a los que representen un suministro crítico de productos o servicios sin los cuales se vería interrumpida la operatividad del negocio.

No existe una razón, además del trabajo extra que supone este proceso, para no hacerlo.

Esto aplica para todo tipo de certificaciones a nivel empresarial. Usted puede elegir no certificarse en alguna norma ISO opcional, pero hacerlo lo vuelve una mejor empresa y una marca de prestigio, a la vez que minimiza fallas en su cadena productiva. Lo mismo pasa con la homologación.

¿Qué hace a esta herramienta de gestión de calidad algo tan valioso? Beneficios:

Existe una lista interminable de beneficios asociados a la homologación de proveedores. Entre los menos evidentes y más fundamentales están:

1. Reducción de crisis legales:

Si trabajas con cualquiera puedes terminar pagando las consecuencias de sus actos. Incluso si no estás consiente de ellos. Homologar es cubrirse las espaldas y evitar potenciales demandas por incumplimiento o actos ilegales de un tercero irresponsable.

Cuando homologas a tus proveedores sabes de donde vienen, hacia donde van, cuáles son sus estándares de procedimientos y ellos conocen los tuyos, por lo que es menos probable que dicho proveedor no te perjudicará.

2. Evita fraudes internos:

Estos procesos traen consigo la incorporación de políticas de control y transparencia, no solo para los proveedores sino para las marcas que los aplican.

De esta manera, es menos probable que un miembro mal intencionado del equipo interno intente realizar algún fraude mediante la compra de materiales, dado que el proceso de homologación fuerza al proveedor a mantener los más altos estándares de legalidad y control.

3. Beneficia la reputación de la empresa:

Al establecer, como criterio, propiedades como la ética, la transparencia y la justicia, repercutes de manera positiva en la imagen pública.

De esta manera, quienes trabajan con tu marca entienden con qué clase de organización comparten, mientras que los clientes se sienten más motivados a superar las crisis contigo y volverse embajadores de tu marca, porque saben que te esfuerzas por cumplir todas las normativas de manera adecuada.

4. Mejoras el producto final:

Mejores proveedores, significan un mejor producto final.

Esto va más allá del simple material que proveen, si no del compromiso con las labores, la calidad del transporte, la eficiencia de sus gestiones e incluso el amor que ponen en su trabajo. Todo esto afecta de manera significativa al producto o servicio en todas sus facetas productivas. Se pueden considerar todas estas variables en el proceso de homologación.

5. Mayor transparencia:

La homologación evita que cualquiera se haga pasar por lo que no es, o haga promesas que no puede cumplir.

De esta manera, se pone un grano de arena necesario en el crecimiento de mercados más justos, igualitarios, de competencia legal y con procedimientos que cuiden a todas las partes para beneficiar finalmente al cliente.

Hasta este punto podemos estar de acuerdo en que el proceso de homologación es esencial para toda organización que quiera conseguir excelencia administrativa y, a la vez, garantías de relaciones comerciales honestas, responsables y duraderas con sus proveedores.