

Fecha	febrero 2009
Página	17
Sección	Especial Formación

Gestión de Compras

LAS COMPRAS EN LAS ESCUELAS DE NEGOCIO

Incluso las grandes organizaciones suelen desconocer el enorme potencial que representa la función de Compras de cara a la generación de valor y mejora de su cuenta de resultados. Hasta ahora, la tendencia de las empresas ha sido basar su estrategia en aumentar su volumen de negocio para conseguir mayores beneficios. Como consecuencia, en general, se ha dado más peso a la especialización de los profesionales de estas áreas de captación de negocio relacionadas con el cliente y la venta, así como a las relacionadas con la gestión y dirección, con MBA's, programas de desarrollo de habilidades directivas, etc. Las escuelas de negocio no han hecho más que adoptar esa tendencia, recogiendo las demandas de las empresas en este sentido a la hora de programar su oferta formativa.

En los últimos años, con un mercado globalizado donde cada vez hay una mayor concurrencia de productos y servicios en apariencia similares, la función de compras ha sufrido una gran evolución. Aunque en la mayoría de las grandes empresas las compras están centralizadas y gestionadas por un departamento especializado, la formación específica de estos profesionales sigue siendo deficiente, basada, en la mayoría de los casos, en la experiencia propia adquirida a lo largo de los años. En general, carecen de una metodología apropiada y del conocimiento de las herramientas tecnológicas existentes con las que la función de compras se convierte en la pieza clave en la mejora de resultados.

En estos momentos, en los que el incremento de las ventas no está garantizado, ni por tanto la supervivencia de las empresas, comprar y aprovisionarse de forma estratégica y optimizada es prioritario. El aumento de la eficiencia de las compras hará posible la visibilidad o no de un alto porcentaje de empresas en los próximos años. Las escuelas de negocio han de recoger también esta nueva tendencia y ayudar a formar a una nueva generación de profesionales de Compras en las empresas españolas.

JOSÉ FERNÁNDEZ DE VALDERRAMA
director general de FULLSTEP