

Nota de Prensa

Michael Page celebra el I Procurement Breakfast con directivos de compañías líderes

CINCO RETOS PARA LOS PERFILES DE COMPRAS

Visión estratégica y orientación al mercado, entre las características más valoradas

Madrid, 30 de junio de 2015. – Michael Page, líder a nivel mundial en asesoramiento de selección especializada, ha celebrado el *I Procurement Breakfast* con directivos de compras de compañías líderes. Durante el encuentro, se han desvelado los cinco grandes retos a los que se enfrentan los departamentos de compras y las aptitudes más valoradas y demandadas por las compañías dentro del área.

Los perfiles de compras tradicionalmente no han contado con tanta visibilidad como otros departamentos dentro de las compañías. Sin embargo, en los últimos tiempos, esta posición ha experimentado una notable evolución. Los compradores han pasado de ser una figura meramente administrativa a ser considerados profesionales estratégicos clave.

En la actualidad, los expertos en compras representan un perfil imprescindible, ya que comprenden, gestionan y relacionan las necesidades de dos importantes mercados: el de las necesidades internas de la empresa y el de los proveedores que cuentan con la capacidad de satisfacerlas.

No obstante, estos especialistas todavía cuentan con muchos retos que superar. Antonio Ariza, Corporate Director de Cost Management & Procurement en Banco Santander, ha desvelado los cinco grandes desafíos a los que se enfrenta este área en un encuentro organizado por la División de Compras y Logística de Michael Page:

- 1. Mejorar la comunicación interna con dirección.** La falta de visibilidad de los compradores ha sido debida, principalmente, a una falta de entendimiento con dirección. Los altos directivos están más familiarizados con el lenguaje financiero que con el lenguaje operativo empleado en compras. *"Desde los departamentos de compras se ha de intentar utilizar términos que un director o CEO puedan comprender. Si adaptamos nuestro idioma al suyo, lograremos captar su atención"*, indica Ariza.
- 2. Buscar la optimización.** Se debe pensar más allá de las operaciones de compras, buscando nuevas formas de optimización. Desde compras se puede participar en el control del gasto general a través de la implicación del departamento en la preparación de los presupuestos anuales y en los comités de gasto, así como en los programas de racionalización del gasto. De esta manera, el departamento conseguirá un impacto más claro en los presupuestos y en la cuenta de resultados.

Nota de Prensa

- 3. Recibir formación.** En el mercado nacional son muy pocas las compañías que ofrecen un programa completo de formación dentro del área. Uno de los grandes retos actuales de las compras es conseguir "ganar la batalla de la formación", sobre todo en disciplinas clave como la formación financiera.
- 4. Separar lo táctico de lo estratégico.** Cada vez son más los procesos estratégicos que se realizan desde la actividad de compras, entre los que destacan: la definición de la estrategia de compra por categoría, el establecimiento de los objetivos globales o la interlocución con los usuarios internos de referencia y con los proveedores estratégicos.
- 5. Gestión eficaz de riesgos.** Los riesgos son predecibles y gestionables. Con el objetivo de proteger a la organización, compras ha de convertirse en un "sensor avanzado de riesgos", identificando y gestionando las fuentes que los originan. Para ello, se puede optar por medidas como la diversificación de la dependencia con proveedores, el establecimiento de planes de contingencia con proveedores críticos o la medición de riesgos reputaciones.

Todos estos desafíos ayudan a configurar el perfil del candidato ideal para ocupar una posición de compras hoy en día; un profesional directivo, capaz de relacionarse adecuadamente con otros departamentos de la organización y de transmitir la importancia de su función a la dirección. *"Las compañías están demandando profesionales con amplia visión estratégica y orientación al mercado, que sean buenos planificadores y conocedores de la organización y su entorno"*, señala Rocío Arias, Manager de Compras & Logística de Michael Page.

Acerca de Michael Page España

Presente en España desde 1997 y con oficinas en Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Bilbao, Michael Page España se posiciona en la selección especializada de mandos medios y directivos para contratos de larga duración en las siguientes 21 divisiones: Comercial, Finanzas, Seguros, Retail, Ingenieros, Banca, Healthcare, Tecnología, Marketing, Tax & Legal, Inmobiliaria & Construcción, Recursos Humanos, Turismo & Hostelería, Educación, Asistentes & Secretarías, Compras & Logística, Consultoría & Estrategia, Sector Público, Medio Ambiente & Energía, Oil&Gas y Digital & e-Commerce.

La compañía está formada por consultores especializados provenientes del área funcional para la que reclutan y que se responsabilizan del proceso de selección desde la recepción del perfil requerido a la contratación y posterior seguimiento.

Michael Page está presente en 34 países con 164 oficinas y cuenta con 5.321 empleados en todo el mundo.

Para más información, contactar con:

Marco de Comunicación, 91 458 54 90

Lucía García – lucia.garcia@marcodecomunicacion.com