

Más de 100 CCS participan en el XI Congreso Nacional de Anceco



22 de noviembre de 2016

El presidente de la Asociación remarcó la importancia de que las centrales tomen conciencia de su propia realidad presente.

El pasado jueves tuvo lugar el **XI Congreso Nacional de Centrales de Compra y Servicios** organizado por **Anceco**, en el Born, Centre Cultural de Barcelona. El evento reunió a 211 representantes de más de 100 CCS de toda España que escucharon a distintos ponentes, en una jornada cuyo contenido se centró en la transformación en los negocios, a partir de una mirada holística que también incluía los aspectos que configuran el contexto en que las empresas desarrollan su actividad. Por lo que respecta a los ponentes, el *director general de IPSOS, Francesc Costa*, señaló, bajo el título de su ponencia “Conociendo al consumidor”, una exposición partiendo del hecho que

vivimos en fragmentos de información y que no hay un consumidor homogéneo, sino complejo y multidimensional. Por su parte, el *profesor del IESE, Pablo Foncillas*, habló del modelo de negocio y defendió la omnicanalidad, ya que asegura que los clientes son omnicanal en su forma de pensar y en su comportamiento, por tanto los vendedores también deben serlo. *Miquel Moya, Industry Director, Travel and Retail de Google*, aseguró que los micro-momentos generan macro oportunidades y recordó que los clientes omnicanales son los más valiosos. De tal manera que es fundamental satisfacer las necesidades del consumidor al instante.

A su vez, *Enrique Dans, profesor de Sistemas de Información en IE Business School*, centró su intervención en la transformación digital y los efectos de la innovación tecnológica en los procesos empresariales, en la sociedad en su conjunto y en las personas. También realizó una amplia exposición de la importancia de las redes sociales especialmente de Facebook. Finalmente, *Carles Torrecilla, profesor titular del departamento de Marketing en ESADE* y director de programas corporativos en la misma escuela, apuntaló su intervención en la importancia de la transformación desde el propio mercado. Mientras que *Agustín Medina*, reconocido como uno de los creativos publicitarios más importantes de nuestro país, realizó una defensa de la marca porque establece una relación emocional con la clientela. Por otra parte, cabe señalar que, durante la jornada, el *gerente de Anceco, Alvaro Otal*, aludió a la necesaria digitalización de las compañías, así como la importancia de desarrollar una **estrategia digital**, integrar los sistemas de información, vender en la red, crear una marca, posicionarla y atraer buenos profesionales. Por su parte el *presidente de Anceco, Jordi Costa*, insistió en la necesidad de que las CCS se conviertan en verdaderas organizaciones de **emprendedores colectivos**. Para ello, recordó que las centrales son un instrumento que ofrece información sectorial útil y rigurosa, facilita la representatividad al más alto nivel y asegura una labor de intermediación. También hizo un llamamiento a la unidad, haciendo hincapié en que la crisis, la **globalización** y el hecho digital generan una incertidumbre que en muchos casos hace que las CCS no encuentren el camino a seguir. Costa remarcó la importancia de que las centrales tomen conciencia de su propia realidad presente, e insistió en deben saber elegir el camino adecuado si saben para qué se quiere transformar.