

## L. Miles, VIVE!!!!

El pasado 25 de Octubre, Gabriel Zaid publicó en su columna del reforma un artículo llamado “[Saber comprar](#)” que me pareció extraordinario considerando la calidad de su soporte teórico y la contundencia de sus argumentos.

Compras se ha caracterizado por ser un oficio que se asigna a “gente de confianza” del dueño o de la dirección general. Una de las variables más importantes, es que el responsable del área no robe o robe poco, partiendo de ese famoso dicho de que “negocio que no te da para que te roben, no es negocio.”

Si bien Zaid enfoca su comentario a la compra personal y gubernamental, utiliza como soporte los principios de Ingeniería de Valor creados por [Lawrence Miles](#) en el lejano 1961 y que son uno de los pilares de una buena compra. Recordemos que Miles se refirió a que lo que realmente compramos son “funciones” y no productos, debiendo encontrar la forma más económica de cumplir esas “funciones” para maximizar la satisfacción del solicitante y optimizando el uso de los recursos.

Otra referencia significativa de la columna editorial es acerca del poder de los consumidores, se refiere específicamente a la revista “[Consumer Reports](#)”, donde la comunidad trabajar en un frente común contra los proveedores que incumplen con las promesas de desempeño de sus productos.



Finalmente hace referencia a los trabajos que en los años 50 hizo Isabel Barnum Wingate para educar al comprador sobre como maximizar los beneficios de sus compras.

Un elemento importante de la evolución de un oficio a una profesión, es contar con las bases teóricas esenciales para efectuar el trabajo con una mayor visión y mejores herramientas. Todo comprador debería estar consciente de las aportaciones de Miles y usar sus principios en su proceso de decisión.

Es por esto que resulta relevante que a 30 años de la muerte de Miles sus principios sean retomados con la seriedad que se merecen y sean puestos al alcance de la gente en una publicación no especializada.