

bspreviews
magazine

SUSCRÍBETE GRATIS

AQUÍ

Ariba Network

Red social para departamentos de compras

Ariba es la mayor plataforma de intercambio entre compradores y proveedores del mundo. Aunque proporciona herramientas que facilitan tanto las tareas más rutinarias como las estratégicas, su principal valor reside en ofrecer un entorno común de colaboración e integración entre compradores y vendedores, así como un acceso sencillo y ágil a la información. Ariba es una clara apuesta de futuro de SAP, que tiene en España uno de los mercados con mayor potencial de crecimiento.



MANUEL SIRGADO
Gerente de Stratesys

stratesys

Más de un millón de empresas conectadas entre sí, la mayor red B2B a nivel internacional, presencia en el 50% de las empresas estadounidenses y en el 35% de las europeas. Esta es la tarjeta de presentación de Ariba, la mayor plataforma de intercambio entre compradores y proveedores del mundo, una compañía que adquirió la alemana SAP en octubre de 2012.

Ariba, a través de su apuesta cloud y de Ariba Network, presenta un elemento diferencial con respecto a otras soluciones de compras

(Bravo Solutions, Fullstep, SRM, etc.,), que son similares en cuanto a su funcionalidad, pero que no ofrecen un entorno común de colaboración entre partners. Podríamos definirla como una red social, en la que todos los participantes están interconectados y se benefician de las sinergias que puedan producirse.

¿En qué punto se encuentra España en este contexto? La penetración de esta solución en nuestro país es del 15%, aunque la evolución que está experimentando en los últimos tiempos indica que crecerá por encima de la media hasta igualarse a las tasas de mercados vecinos.

Las ventajas que ofrece Ariba para el área de compras de cualquier compañía son interesantes y deben ser tenidas en cuenta. Por mencionar algunas de las más importantes, proporciona un rápido ROI debido

al seguimiento de las best-practices, mejora la colaboración con los proveedores, automatiza los procesos (como el envío automático de mails a los participantes de una licitación) y reduce los errores y los plazos entre la generación de la necesidad y el pago de la factura.

Es relevante destacar la funcionalidad de la plataforma con respecto a los catálogos electrónicos. En poco tiempo, la herramienta se conecta a los catálogos creados por los proveedores externos y los integra en los procesos de compra operativa (son los llamados catálogos punch-out). El ahorro derivado de esta modalidad radica en no tener que mantener a nivel interno los catálogos de los proveedores con los que se trabaja de forma habitual, además de garantizar que están actualizados correctamente y permitir abrir procesos de negociación para actualizar los precios.

La herramienta se conecta a los catálogos creados por los proveedores externos y los integra en los procesos de compra operativa (los llamados catálogos punch-out)

COLABORACIÓN

Pero seguramente la mayor ventaja que presenta esta solución es el modo en el que facilita la colaboración entre los usuarios de una empresa y sus proveedores, y cómo se comparte la información durante los eventos de compras.

Además de la posibilidad de agregar nuevos aprobadores y observadores de una forma manual y sencilla, Ariba permite definir de manera dinámica procesos de aprobación y de revisión de tareas y de documentos, eventos en los que además se podrá dar entrada a actores externos a la empresa. También incluye conceptos novedosos, como la posibilidad de trabajar en documentos comunes (incluidos ficheros Excel y Word), que podrán ser actualizados en local para posteriormente hacerlos públicos de nuevo al resto de participantes.

Por ejemplo, en un proceso de compra estratégica colaborarán diferentes departamentos, desde el área técnica, que interviene para definir el pliego de condiciones, características y criterios de valoración, hasta el departamento de compras, que determina escenarios y estrategias de adjudicación de ofertas. Esto permitirá que las personas que estén más cualificadas y posean un mayor conocimiento dentro de la organización sean las que tomen las decisiones en la forma y momento preciso. Junto a ello, será posible compartir información crítica para la totalidad de la empresa, como puede ser el caso de encuestas de valoración de proveedores, que anteriormente eran difícilmente accesibles. La información estará disponible a través de cuadros de mando, adaptables a las necesidades de los usuarios de una manera sencilla. El hecho de disponer de la información precisa en el momento de tomar la decisión de una transacción es clave para no equivocarse. Las aprobaciones se podrán realizar utilizando correos electrónicos y de manera intuitiva para usuarios de negocio.

Por su parte, los informes de Ariba proporcionarán una valiosa información acerca de, por ejemplo, las categorías de producto suministradas por un reducido número de proveedores, y que podrán

provocar dependencias y riesgos en nuestra organización, gastos por categorías de producto para detectar ineficiencias, etc. Esto servirá para identificar posibles problemas y facilitar la toma de decisiones a los departamentos de compras.

En 24 horas, Ariba facilitará transacciones por valor de 1,64 millones de dólares, se intercambiarán casi 110.000 órdenes de compra y más de 178.000 facturas, y se ahorrarán 82 millones de dólares en gastos de suministros

CONECTIVIDAD CON SAP

Para aquellas empresas que utilizan SAP en su core de negocio, y que quieran ampliar sus funcionalidades de compras con esta solución, el fabricante alemán ha puesto a disposición de sus clientes un software (add-on) que permite conectar directamente SAP con Ariba Network sin necesidad de ningún Middleware. Otras herramientas, como Ariba Sourcing, que está dirigida a gestionar compras estratégicas, recibirán interfaces estándares con SAP en este primer trimestre de 2015. Y en cuanto a los tiempos de implantación, las soluciones cloud de Ariba, al partir de un producto preconfigurado, posibilitan unos plazos muy razonables, a partir de cuatro semanas, que antes eran impensables para este tipo de herramientas en entornos on-premise. Esta modalidad en la nube plantea ventajas adicionales propias de este contexto, como la reducción del TCO o la posibilidad de disponer siempre de la última versión del producto sin tener que acometer costosos proyectos de actualización.

Los informes proporcionarán una valiosa información acerca de, por ejemplo, las categorías de producto suministradas por un reducido número de proveedores, que podrán provocar dependencias

CONCLUSIÓN

Ariba es parte fundamental de la estrategia de SAP para productos de compras en 2015 y una de las áreas en las que está haciendo mayor hincapié es en su integración con ERP, tanto de SAP como de otros proveedores. Su proyección es indiscutible. Según datos corporativos, en las próximas 24 horas, a través de Ariba se realizarán transacciones comerciales por valor de 1,64 millones de dólares, se intercambiarán casi 110.000 órdenes de compra y más de 178.000 facturas, y se ahorrarán 82 millones de dólares en gastos de suministros. ●●●

núm. 13 | MARZO 2015 Precio: 9€

bspreviews

A business, software & processes magazine

EMPLOYEE EXPERIENCE

Cultura, talento y engagement laboral

ENTREVISTA | Valle Rodríguez, directora de rrhh en Amadeus IT Group Madrid

TENDENCIAS | El empleado y el escenario de transformación

HABLAMOS CON | José Pablo de Pedro, Managing Partner en Techedge España & LATAM

SOLUCIONES | SAP S/4 HANA, Fujitsu EVO:RAIL, el anhelado ROI de un entorno SAP...

bspreviews.com

