



GESTIÓN DEL CAMBIO Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL ÁREA DE COMPRAS

La implantación de una herramienta de e-procurement supone ya de por sí una auténtica revolución para una organización, por lo que se recomienda que vaya acompañada de un plan de gestión del cambio. Cuando hablamos de plataformas de compras que, además, se basan en modelos cloud y SaaS (Software as a Service), lo que es aconsejable pasa a ser una necesidad.

Estos dos factores inciden decisivamente en cómo se va a desarrollar a partir de ese momento la actividad en los departamentos de Compras y TI, pero éstos no son los únicos involucrados. Otros ámbitos también se ven afectados de forma significativa, como es el caso del departamento responsable de Compliance o cumplimiento normativo, que será el encargado de conocer, entender y diseñar el nuevo modelo de compras.

Junto a ello, los stakeholders se convierten en piezas fundamentales del cambio. El comprador hasta ese momento actuaba casi de forma independiente y tomaba decisiones en base a criterios propios, los mismos que guiaban el seguimiento del proveedor. Sin embargo, con la adopción de soluciones de e-procurement el sistema puede cambiar, automatizarse y obtener resultados más satisfactorios. El proveedor, por su parte, accede a más información y toma un mayor control del proceso.

Todo esto, que puede parecer a priori muy positivo, implica un cambio de mentalidad, una transformación de las estructuras y de los procedimientos que no siempre son bien recibidos. De ahí la importancia de llevar a cabo una correcta gestión del cambio.

En una primera fase, esta gestión tendrá como primer objetivo conocer el proyecto, identificar las innovaciones que contempla, gestionar las expectativas de los agentes involucrados y garantizar que el impacto en la organización sea relativo y aceptado de forma positiva.

Según los expertos, los proyectos de transformación digital que se acompañan de una adecuada gestión del cambio tienen un 70% más posibilidades de tener éxito. Aquellos que, además, cuentan con un profesional dedicado a esta labor, mejoran hasta un 48% la consecución de los objetivos.

No obstante, la incorporación de estos sistemas supone cierta convulsión en los departamentos de compras y TI de las empresas, ya que los responsables de dichas áreas presuponen que dejan de tener el poder que poseían para controlar el software de la compañía.

Por ello, para que el proceso de transformación sea exitoso debe de estar enfocado en las personas y no en las aplicaciones, con el objetivo de que todos los agentes que forman parte de la organización mantengan un posicionamiento positivo ante el cambio y se elimine el riesgo de generar futuros problemas.

Así, para los profesionales del departamento de TI, la gestión del cambio debe de estar encaminada a mostrar que continúan teniendo el control tecnológico de la organización aunque realicen funciones “más nobles”, sin la necesidad de que desarrollen acciones operativas, lo que conllevará además una reducción de los costes en su área.



En el caso del departamento de Compliance, involucrar a estos profesionales en la transformación durante la fase de planificación de la iniciativa aumenta en un 50% las posibilidades de que se conviertan en agentes positivos del proceso. Un hecho que también favorece que el área de cumplimiento normativo y de compras acuerden una solución más productiva para la compañía a partir del diseño del procedimiento.

Para el comprador, la gestión del cambio debe de ser concebida como una posibilidad para convertirse en agente estratégico. No dejará de tener el poder de decidir cuál es la mejor oferta, pero sí que tendrá a su disposición una solución que le proveerá de forma automática de una mejor visión del proceso para tomar una decisión más rápida y asertiva.

En lo que respecta al proveedor, que se postula como un vendedor, la principal misión debe ser acabar con el mito de que pagará algo por responder a las cotizaciones en la plataforma y, en consecuencia, tendrá que aumentar su precio. Así, tras la implantación de herramientas de automatización con modelo cloud, el propio proveedor tendrá acceso a todos los plazos y la información que necesita de sus clientes, por lo que pasará a ser el gestor de sus propios datos y ganará en poder.

En definitiva, el primer paso para que la gestión del cambio en la transformación digital de una compañía se desarrolle con éxito es informar a todos los profesionales de las diferentes áreas para hacerles sentir parte del mismo. Así, la empresa debe establecer una estrategia de comunicación donde las personas adquieran una mayor relevancia y se involucren como parte activa.

José Fernandes Filho - Director de Nuevos Negocios y Experto en Soluciones de Procurement - Stratesys

EXPERTOS GLOBALES EN TECNOLOGÍA SAP ARIBA

Servicios especializados y soluciones
innovadoras en eProcurement

eProcurement Excellence Center

SAP Ariba 

SAP® Recognized Expertise
in Cloud Procurement Solutions



Acerca de Stratesys

Proyectos internacionales realizados en 60 países, más de 300 clientes y un equipo de 850 profesionales distribuidos entre las sedes de España, Portugal, Estados Unidos, México, Brasil, Chile, Colombia y China son algunos de los principales activos de Stratesys. Tras 20 años ejecutando más de 1.000 proyectos y desarrollando soluciones de negocio y tecnológicas, Stratesys se ha convertido en una multinacional líder en servicios TIC y una de las mayores especialistas en tecnología SAP. Un modelo de éxito con el que ha duplicado su facturación en los últimos cinco años, hasta superar los 52 millones de euros, y que le ha consolidado como uno de los principales referentes en el sector.