

TECNOLOGIAS

Stratesys

Texto: Fábio Santos e Dora Assis

OBJETIVO: ENTREGAR VALOR

A Stratesys é um hub digital entre a Europa e a América, acompanhando os investimentos tecnológicos e a expansão de empresas com operações nos dois continentes. A multinacional tem apostado em projetos na área de procurement e falámos com Andressa Kondrasovas e Tiago Duarte para perceber como é que sentem o mercado e estão a dar resposta às necessidades das empresas e a contribuir para o desenvolvimento do procurement e melhoria dos processos das empresas.

A área de procurement tem sido uma das apostas da multinacional em Portugal, com vários projetos desenvolvidos, o que lhes tem permitido ajudar as empresas a simplificar processos, através de novos métodos de trabalho e contribuindo para a agilização da capacidade de resposta das mesmas face a toda esta volatilidade e disrupções das cadeias de abastecimento a que se tem assistido.

A função de procurement de ontem já não responde às necessidades empresariais de hoje e fica bem claro o impacto que o procurement tinha anteriormente e tem agora. Andressa Kondrasovas, líder global de Procurement na Stratesys explica que “nos últimos anos o foco estava muito na racionalização de fornecedores, no esforço para obter redução de preços, na criação de cadeias de abastecimento mais enxutas e, com os acontecimentos de 2020, aquilo que pudemos observar foi uma mudança completa nos mercados e na forma de fazer negócios. O procurement hoje tem que se articular para obter agilidade e resiliência, principalmente em relação à redução de custos e temos que estar aptos a sobreviver às rápidas mudanças”, já que uma dificuldade que ainda se faz sentir é a previsibilidade ou a falta dela.

ACELERAR A MUDANÇA

“As empresas que já consideravam a tecnologia como grande aliado sofreram menos durante a pandemia, pois a inovação e transformação já faziam parte do seu dia a dia. As que não o faziam, tiveram que aprender sob pressão, acelerando essa transformação nos últimos dois anos, especialmente em tecnologias que suportam a cadeia de abastecimento”, acrescenta Tiago Duarte, diretor da Stratesys Portugal.

Hoje, a empresa está em 10 países e desenvolveu um hub tecnológico Europa-América, que é também uma preciosa forma de colaboração, que lhes permite alcançar mercados e clientes com muito mais eficácia. Precisamente este aspeto é realçado pelo responsável da empresa em Portugal ao revelar-nos que “temos projetos em que participam pessoas de Espanha, do Brasil, de Portugal e em que, no fundo, estamos a tirar partido da dispersão geográfica e dos diferentes perfis, para em conjunto chegarmos a um objetivo comum: entregar valor aos clientes”.

“Não temos mais fronteiras e isso gera uma eficiência muito significativa. Hoje os nossos clientes possuem caminhos e ferramentas para descobrir fornecedores com muito mais agilidade”, salienta Andressa Kondrasovas.

Um dos méritos de toda a situação desencadeada pela pandemia foi acelerar alguns processos no que à tecnologia diz respeito, eliminando barreiras e fronteiras.

Olhando para o mercado nacional, que conhece bem, Tiago não esconde que “Portugal, sendo um país geograficamente pequeno, apresenta mais resistência a este tipo de tecnologias ou pelo menos não vemos tão depressa o seu valor. A tecnologia



abre novos canais de comunicação, permite descobrir novos fornecedores e é bom tanto para a empresa que compra como para a que vende. Tudo se torna mais próximo.”

LIDAR COM O INESPERADO

A gestão de risco passou a ser uma constante e os líderes devem estar preparados para novas disrupções originadas por tensões geopolíticas, fenómenos naturais, eventos climáticos, como os que têm vindo a registar-se um pouco por todo o mundo.

A este propósito, Andressa Kondrasovas lembra que “a Stratesys sempre esteve focada em trazer inovação tecnológica ao mercado e aos clientes. Valorizamos muito a experiência dos nossos clientes, desde o primeiro contacto e, para nós, é fundamental ter noção das suas expectativas e das suas prioridades para, em conjunto, criarmos uma verdadeira parceria e caminharmos juntos neste processo de transformação digital”.

Na área de procurement o que também aumentou foi a potencialidade das soluções. Como explica a responsável da Stratesys, hoje os clientes querem uma tecnologia muito mais inteligente, que analise online o histórico e que lhes permita fazer uma projeção do futuro, de preferência num curto intervalo de tempo: “sabemos que isso hoje é possível, já não é ➤



utopia como há 20 anos, e inclui ferramentas que potenciam e alavancam diferentes soluções para comunicação, colaboração, mobilidade e suporte”.

Há uma mudança assinalável no mindset. Antes pensava-se “o que comprar” e agora é o “como comprar” e “são todas estas potencialidades que estão focados em aprimorar, melhorando o know how que foram acumulando ao longo dos anos.

Contudo, apesar de toda a evolução que se tem registado, ainda se nota alguma resistência à mudança. “É algo que é inato ao ser humano, mas em especial nos projetos tecnológicos há sempre uma tentativa de mudar a ferramenta, mas manter o processo que se tinha antes, ou seja, resistir a alterar, simplificar e adotar as melhores práticas do mercado, quando, na verdade, são essas melhores práticas que possibilitam simplificar os processos dentro da empresa e permitir um retorno do investimento”, explica Tiago Duarte, acrescentando que “esta realidade é mais notória em empresas familiares”.

Ainda assim, a líder global de Procurement na Stratesys realça também que “enquanto que num passado recente a área de compras era dentro das empresas das que menos investimentos tecnológicos fazia, hoje só não investe na área de compras quem no momento

tem outras prioridades de investimento tecnológico”.

MUDANÇA DE PARADIGMA

“De um modo geral, assistimos também a uma relação comercial e a uma parceria de negócio muito mais forte, muito mais sustentável, prática e inteligente entre comprador/fornecedor. As soluções tecnológicas vêm acrescentar valor e facilitar toda esta gestão, acrescentando visibilidade, rastreabilidade... por um lado, o comprador tem o seu trabalho facilitado, pois pode tomar uma decisão muito mais informada e, por outro lado, estamos num momento colaborativo em que toda esta interação online e instantânea, fortalece a comunicação entre parceiros”, esclarece ainda. O fornecedor tem a possibilidade de mostrar mais o seu potencial, de passar toda a informação que é solicitada, de uma forma clara e objetiva, que facilita todo o processo.

Tiago corrobora este ponto de vista sublinhando que a tecnologia acaba por dar mais opções ao fornecedor, ao poder diversificar o número de empresas com as quais trabalha, não ficando tão dependente ou mesmo refém de alguns clientes. “No fundo, equilibra a balança de poderes. O advento da tecnologia veio democratizar a relação. O fornecedor agora passa a ter potenciais compradores à distância de um clique, portanto muito mais próximos”.

É verdade que hoje ainda existem muitas empresas que sentem dificuldade em gerir os seus próprios fornecedores, por questões como falta de colaboração, problemas de desempenho, pouca visibilidade, para os responsáveis da Stratesys isto significa que há muito espaço de melhoria nos próximos anos, com a tecnologia a eliminar ou colmatar as atuais lacunas, melhorando processos. ●