

La digitalización del área de compras ayuda a las empresas españolas a ahorrar un 10% en costes de aprovisionamiento

Según Fullstep, la transformación digital del área de compras contribuye a que las empresas puedan reducir un 7% las incidencias, un 12% los plazos, mejora un 10% los costes externos y un 34% los costes internos

El año pandémico ha pasado factura a las empresas españolas, lo que ha llevado a que muchas de ellas hayan invertido en digitalización, poniendo además en evidencia que, las que ya estaban más avanzadas en este ámbito, han logrado obtener mejores resultados en términos de ahorro, ventas y optimización de procesos. La función de compras y gestión de proveedores, un área muy estratégica para las empresas es una de las que más transformación ha experimentado en el último año. De hecho, según datos de Fullstep, compañía especializada en la digitalización end-to-end del proceso de compras, aprovisionamiento y cadena de suministro, durante el año 2020 las empresas que habían invertido en digitalización y mejoras de procesos en esta área han visto cómo esto contribuía a la reducción de los costes empresariales en un 10%.

"Han sido tiempos complicados para la gestión de compras y proveedores, punto muy importante para las entidades teniendo en cuenta que las compañías destinan más del 50% de sus ingresos al gasto con proveedores, explica Rosario Piazza, CEO de Fullstep. La transformación digital de la función de compras y aprovisionamiento es un camino obligatorio para aquellas compañías que buscan ser competitivas en un mercado global, así como incrementar la eficiencia en la gestión, y más en años complicados como los que nos está tocando vivir, donde se requiere un mayor control y gestión del riesgo".

En este sentido, las empresas han tenido que enfrentarse a importantes retos en el último año, como a las interrupciones en el suministro por el cierre temporal de las fronteras, a la adaptación a los picos de demanda, cambios en el mix de producción, incrementos en el precio de productos y componentes, o al teletrabajo, entre otros.

"Esta crisis, obligará a cambiar la estrategia de elección de proveedores, pasando la trazabilidad a tener un papel clave en el proceso. Las empresas deben tratar de gestionar el riesgo en toda la cadena de suministro".

La crisis refuerza la visión estratégica del área de compras

La transformación digital de la función de compras y aprovisionamiento ayuda a mejorar la situación financiera y operativa de las empresas de forma rápida y sin afectar a la estructura empresarial. Asimismo, los procesos de compras han pasado de tener como único foco el ahorro, a centrarse en otros aspectos como son la gestión de riesgos de proveedores, de los pedidos y su seguimiento y la evaluación del servicio. Según la experiencia de Fullstep, tener el proceso digitalizado contribuye a que las empresas puedan reducir un 7% las incidencias, un 12% los plazos de entrega y un 34% los costes internos.

A pesar de la pandemia, en el último año se han gestionado a través de la plataforma Fullstep más de 12.000 millones de euros en negociaciones de compras. Asimismo, a través del servicio de outsourcing, el equipo de compras de Fullstep ha llevado a cabo negociaciones para sus clientes por un volumen de más de 500 millones de euros, logrando un ahorro medio del 15%, y alcanzando en algunas categorías hasta el 30% de ahorro.

"Somos una compañía API-based, que ha construido su plataforma desde el diseño inicial para facilitar la integración con cualquier ERP del mercado y otras herramientas del ecosistema. Nuestra tecnología, construida desde la base para ser distribuida y escalable, aúna nuestra experiencia de 20 años en el sector con la continua innovación tecnológica. Este año ha sido un año muy importante para Fullstep, a pesar de las dificultades que han marcado el 2020. Hemos visto como el área de compras se ponía en valor dentro de las empresas, y el interés por nuestros servicios no ha decrecido, aunque la cifra de facturación será algo menor debido a la crisis de la COVID- 19. Sin embargo, muchos de los proyectos paralizados o retrasados están volviendo a retomarse, lo que es sin duda una buena perspectiva. Comenta Piazza".

Objetivos 2021: consolidación de LATAM y optimización y ampliación tecnológica

La compañía ha llevado a cabo proyectos internacionales con grandes empresas en más de 30 países, ayudando a optimizar su relación con proveedores a cerca del 40% de las empresas del Ibex35 de los diferentes sectores económicos. Asimismo, más de 100 compañías han apostado por la plataforma de compras de Fullstep para la gestión del área de compras. Para el 2021 los objetivos de Fullstep están muy enfocados a la innovación tecnológica.

"Actualmente estamos centrando nuestros esfuerzos en profundizar en tres áreas estratégicas: RPA para facilitar la interacción no API con herramientas externas, Business Analytics y Blockchain. Asimismo, esperamos que el área de BPO crezca sustancialmente a lo largo de este año y queremos consolidar los mercados de LATAM y entrar en el mercado de PYMES, que cada vez se interesa más por la optimización de la gestión de compras y aprovisionamiento".

Datos de contacto:

AxiCom
671637795

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Finanzas](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Consumo Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>