



Cinco indicios para saber si una empresa de colectividades necesita un ERP

13-10-2015

¿Una empresa de colectividades necesita realmente un ERP? Para responder a esta cuestión apuntamos en este artículo una serie de respuestas que pueden ayudar a determinar si realmente es necesario un aplicativo de gestión avanzado o, sencillamente, bastaría con cambiar algunos hábitos en determinados procesos.

Los profesionales que trabajamos en el mundo de los ERP (*Enterprise Resource Planing*) insistimos en la necesidad de reflexionar sobre los requerimientos de gestión reales que presentan las empresas para iniciar el proceso de búsqueda y posterior implantación de un ERP, que es la herramienta que se requiere cuando se necesita tener una visión global del negocio.

A menudo se trata de proyectos que cambian la forma de trabajar en una organización. La redefinición de procesos que implica operar a través de un nuevo *software*, lleva consigo una serie de cambios adicionales que deben justificarse en términos de incremento de eficiencia y optimización de la rentabilidad.

Algunas pautas para la reflexión

Entre las señales que se deben tener en cuenta para determinar si una empresa de colectividades necesita o no un ERP destacan las siguientes:

- **Falta de control sobre el negocio.** Generalmente se suele producir esta falta de control por una falta de información actual y veraz que aporte una visión global de la empresa. Con demasiada frecuencia se forman 'silos' de datos en la estructura de sistemas de la organización que dificulta el acceso al conocimiento y, por tanto, la toma de decisiones no se fundamenta sobre datos consolidados.
- **Dificultad para acceder a la información.** A veces los datos están dentro del sistema, pero encontrarlos y acceder a ellos no resulta fácil; debido a ello muchas veces, información estratégica pasa desapercibida y, por tanto, es infrutilizada. Por ejemplo, acceder a datos relacionados con el índice de ventas, el margen que se obtiene de cada operación, o el porcentaje de crecimiento

de una determinada línea de negocio, debe ser cuestión de segundos.

– **Demasiada tecnología comunicada.** Utilizar demasiadas herramientas es contraproducente. Primero porque el intercambio de información debe ser fluido y, segundo, porque la retroalimentación de datos, facilita el control y el análisis de la evolución de las distintas áreas de negocio. Utilizar un *software* para cobros y pagos, y otro distinto e independiente para tesorería, no tiene mucho sentido. Si el programa de contabilidad no registra automáticamente los datos procedentes de una venta, estamos perdiendo un tiempo precioso y generando una buena ocasión para cometer errores. Son sólo algunos ejemplos de los riesgos que conllevan utilizar distintos programas de gestión.

Dificultad de uso y lentitud en la respuesta. A veces las empresas se obsesionan con la implantación de sistemas enormes y complejos para solventar tareas que con funcionalidades básicas, se resuelven sin máximas complicaciones. Cuanto más difícil sea un *software* de entender, más lenta será la respuesta que ofrezca al usuario y más demora implicará en el desempeño de sus tareas. Por eso, en ocasiones, hay organizaciones que disponen de sistemas sobredimensionados, que restan más que suman a la gestión del día a día.

– **Demasiado tiempo para realizar tareas básicas.** Aunque los asientos contables estén perfectos, si se precisan horas extras en momentos de picos de trabajo para introducir los datos (declaraciones de trimestrales de IVA, por ejemplo), hay algo que no funciona... si para realizar un informe financiero utilizas un *Excel*, con lo que ello supone en cuanto a margen de tiempo y errores, lo cierto es que, el proceso de mejora es imprescindible.

Antes de tomar una decisión, lo primero que hay que hacer es analizar las carencias que muestra la organización en las diferentes áreas operativas. Comercial, producción, almacén, atención al cliente, administración, facturación o contabilidad, están entre los departamentos que más áreas de mejora presentan y, por lo tanto, entre los que mejores resultados suelen obtener tras la utilización de aplicativos de gestión eficientes.



Isabel Pomar es directora comercial y de marketing en **Datisa**. La mayor parte de su trayectoria profesional está ligada al entorno de las empresas tecnológicas. Dispone de una amplia experiencia en el desarrollo de planes estratégicos de marketing y ventas, así como en la creación de planes para el desarrollo del canal de distribución y la fidelización de clientes. @: Isabel.pomar@datisa.es