



# La idea errónea de la transformación digital: ¿están las empresas financieras realmente cambiando para mejor?

Analizamos el estado actual de la transformación digital de las cuentas a pagar en el sector de los servicios financieros para descubrir si realmente se está produciendo un cambio positivo.

**TRADESHIFT**

Estudio exclusivo de  
 IDG  
CONNECT

## Resumen ejecutivo

- Aunque el 60 % de las empresas de servicios financieros afirma que están inmersas en una transformación digital, solo el 10 % afirma que ha completado sus proyectos. ¿Qué significa esto? ¿Se está realmente produciendo la transformación?
- El 33 % de las empresas afirma que los silos presentes en el flujo de trabajo son un grave problema y, aún así, solo el 2 % afirma que la eliminación de esos silos es una prioridad.
- Los objetivos de transformación de las cuentas a pagar, como por ejemplo pasar de la facturación impresa a la electrónica, representan una cifra increíblemente baja con solo el 18 %.
- El 78 % de los directores financieros de las empresas de SF afirma que ya utilizan la facturación electrónica, mientras que el 60 % y el 50 %, respectivamente, afirma que se siguen utilizando mucho los PDF enviados por correo electrónico y la facturación impresa.
- El 56 % de las empresas de SF seleccionó la «Captura y extracción automatizada de datos (p. ej. OCR)» como la tecnología que desean utilizar en el marco de un proyecto de transformación digital.
- El 90 % de los directores financieros afirma que sus proyectos de transformación digital ya están alcanzando los objetivos del proyecto.

### EL ESTUDIO

Para entender la situación actual y los planes de futuro de los proyectos de transformación de cuentas a pagar y procure to pay (P2P), IDG Connect ha realizado un estudio, en nombre de Tradeshift, que engloba a 150 empresas del Reino Unido, DACH, BENELUX y de las regiones nórdicas y mediterráneas de Europa. Entre los encuestados se encuentran responsables de los departamentos financieros y contables de los sectores minorista, servicios financieros, fabricación de productos industriales y de productos de consumo. El estudio hace hincapié en las prácticas actuales, los puntos débiles, los planes y las impresiones de los proyectos de transformación digital.

## Una introducción:

# El cambio es una lección de historia

Hace diez años, las instituciones financieras, al menos las que sobrevivieron, se estaban recuperando tras la crisis financiera de 2008. La situación seguía siendo tan grave en 2009 que el G20 acordó un paquete global de incentivos para impulsar las economías en crisis. Los paquetes de ayuda vinieron acompañados de una nueva normativa para la banca y restricciones a los paraísos fiscales y, en gran medida, el sector de los servicios financieros empezó a respirar de nuevo.

«El paciente se ha estabilizado y está en buenas manos», afirmó el entonces presidente de los EE. UU. Barack Obama, pero de lo que poca gente se dio cuenta fue de hasta qué punto este inesperado empujón había abierto la puerta y sentado las bases para un cambio más duradero. Unos nuevos competidores con un enfoque tecnológico empezaron a revolucionar las cosas, al ofrecer nuevos servicios financieros digitales que han empezado a desafiar a las instituciones financieras más consolidadas. Las empresas financieras y los mercados asiáticos también crecieron a un ritmo más acelerado y ahora las empresas de servicios financieros en Europa y EE. UU. se enfrentan a una competencia sin precedentes.

La lección clave que hemos aprendido de este periodo es que no hay que dar nada por sentado. El cambio es inevitable y viene impulsado y sustentado por las nuevas tecnologías. Las empresas digitales revolucionarias no van a desaparecer y como concluye el profesor Xavier Vives, experto en economía industrial en la Universidad de California, en su

documento de la OCDE [«Digital Disruption in Financial Markets»](#), los interesados tienen que «mejorar su eficiencia reestructurando y adoptando tecnologías más avanzadas».

Como concluyó la empresa internacional de servicios profesionales PwC en su artículo, [«Financial Services Technology 2020 and Beyond»](#), la tecnología es una pieza clave en los servicios financieros. En este artículo se destacaban diez tecnologías competitivas que influirán en el sector en 2020 y se afirmaba que la tecnología financiera (FinTech) impulsará el nuevo modelo comercial, mientras que la economía colaborativa se integrará en todos los aspectos del sistema financiero. Blockchain, la información sobre clientes, los avances en IA y robótica, la nube pública y la ciberseguridad redefinirán el mercado y la estructura de las empresas.

Así pues, la transformación digital en el sector de los servicios financieros es fundamental para la supervivencia del sector, pero no se trata solo de eficiencia sino también de innovación y rapidez. Las tecnologías digitales pueden mejorar el rendimiento empresarial y permitir la diferenciación, pero ¿por dónde empiezas y acabas?

En este artículo, hemos tratado de ofrecer más contexto a las empresas de servicios financieros sobre los desafíos y objetivos de la transformación digital de las cuentas a pagar. ¿Cómo puede la transformación del back office ayudar a revolucionar el front office? Hemos tratado de conocer cómo perciben los directores que están progresando los proyectos y dónde se encuentran las dificultades. En general, hemos intentado ilustrar en qué aspectos de la transformación se debe hacer más hincapié y hemos identificado algunas ideas erróneas comunes.



## ¿Herramientas digitales o transformación digital?

### Las tecnologías clave para el cambio de las cuentas a pagar según las empresas de SF

En nuestro estudio, el 78 % de los directores financieros de las empresas de SF afirma que ya utilizan la facturación electrónica, mientras que el 60 % y el 50 %, respectivamente, afirma que se siguen utilizando mucho los PDF enviados por correo electrónico y la facturación impresa.

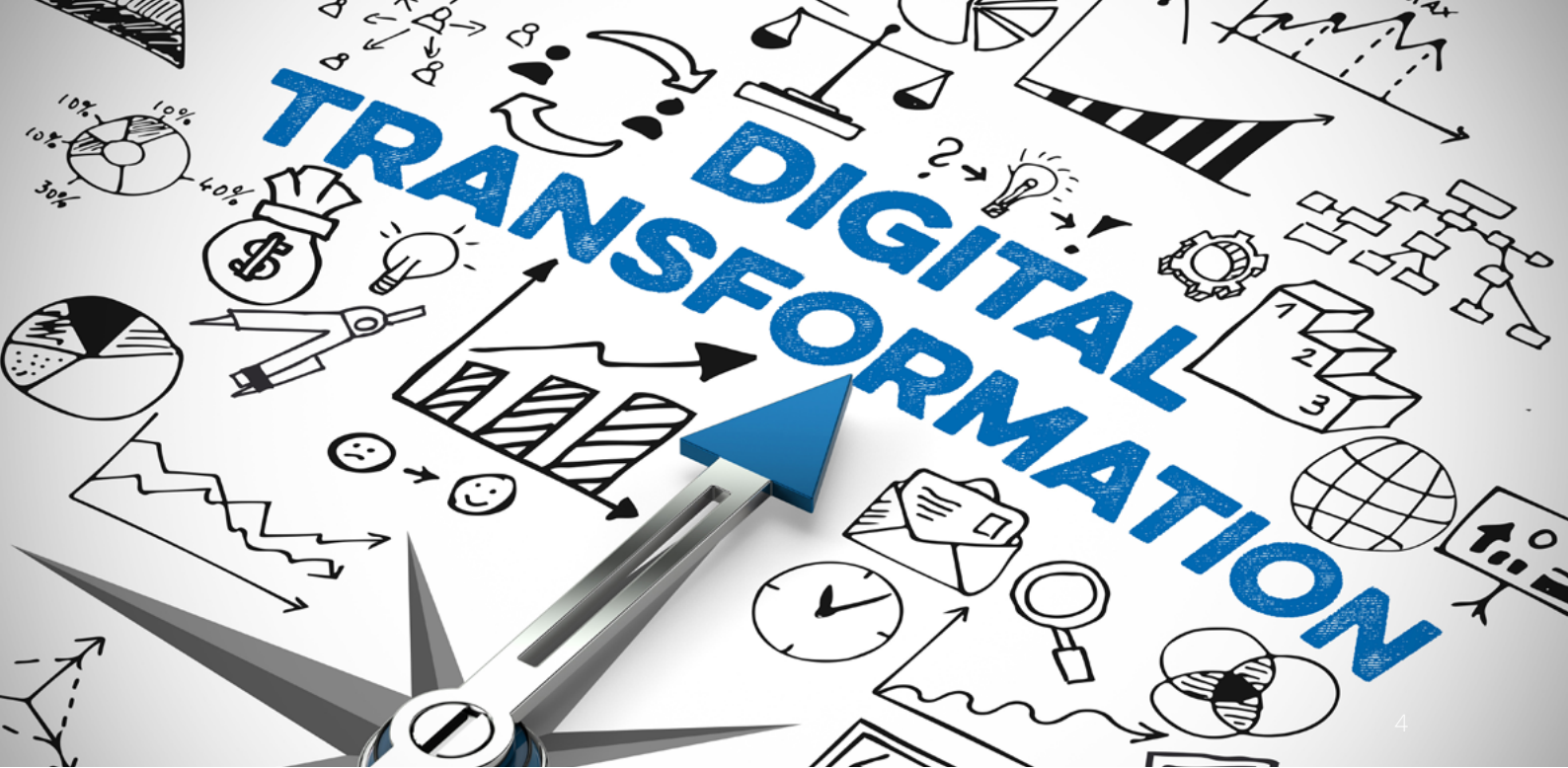
Cuando se les preguntó: «¿Qué tecnologías utilizas/ utilizarías o adoptas/adoptarías como parte de un proyecto de transformación digital de las cuentas a pagar?», el 56 % de las empresas de SF seleccionó la «Captura y extracción automatizada de datos (p. ej. OCR)». De hecho, un elevado porcentaje de encuestados seleccionó la mayoría de las tecnologías presentadas, siendo la facturación electrónica, con un 62 %, la primera de la lista.

¿En qué difiere esto de lo que están utilizando actualmente los departamentos de cuentas a pagar de las empresas de SF?

Quizá no resulte sorprendente que el 50 % de las empresas de SF consideren que las autorizaciones de facturas se demoran demasiado, mientras que el 46 % se queje de los elevados costes de tramitación de facturas.

Puede que sea un error pensar que la transformación digital es equiparable a la implementación de soluciones electrónicas como el OCR. Esto plantea varias cuestiones, entre ellas, ¿es realmente el OCR y el escaneado una solución a largo plazo para las cuentas a pagar? Además, el abanico de soluciones que se utilizan actualmente apunta hacia la complejidad y la falta de estandarización, lo que a su vez genera ineficiencia y costes elevados. Ahora bien, para un número considerable de empresas, estas tecnologías están resultando atractivas.





## La realidad de los proyectos de cuentas a pagar: una perspectiva de primera mano

Cuando analizamos los objetivos de los equipos de cuentas a pagar, es comprensible que recurran a soluciones como el OCR y el escaneado teniendo en cuenta sus objetivos.

Cuando se les pregunta «¿Cuáles son o serían los principales objetivos de tus proyectos de transformación digital de las cuentas a pagar?», las respuestas más frecuentes fueron mejorar la eficiencia del proceso (42 %), automatizar y reducir el plazo de autorización de facturas (40 %) y reducir costes (42 %).

¿Se centran los departamentos de cuentas a pagar demasiado en los procesos y en utilizar la tecnología para hacer frente a los obstáculos percibidos y a los riesgos de seguridad?

Como nos explicó un director financiero de una empresa de SF en España:

*«Los problemas que estamos intentando resolver a través de la transformación son los riesgos asociados a la filtración de información, la reducción del gasto en papel y otras técnicas antiguas. Es importante ofrecer más transparencia en el departamento y la dirección. Para aportar innovación y más concienciación en el trabajo es necesaria una mayor implicación de los equipos, lo que nos permitirá realizar cualquier actividad de una forma más eficiente y en un plazo más breve.»*

Es un tema común y el papel sigue siendo fundamental para las cuentas a pagar. Como afirmó un director financiero de Dinamarca al que entrevistamos:

*«Habitualmente trabajamos en papel, incluidas las facturas, y según nuestra auditoría, no es una buena idea. Compartimos mucha información a través de estos documentos, lo que implica mucho riesgo, y no queremos que la información caiga en manos de usuarios desconocidos.»*

Una compañía de seguros danesa nos explicó que está adoptando un sistema de ERP para sustituir los procesos en papel y herramientas electrónicas para poder hacer frente al volumen de papel.

*«Empezamos a adaptar la mayor parte de nuestras cuentas del antiguo sistema al nuevo hace aproximadamente dos años», afirmó el director financiero. «Además, estamos actualizando el sistema de escaneado de facturas para facilitar el proceso de automatización y hemos adoptado una combinación de sistemas de hardware y software que nos ayudan a reducir las tareas manuales. El plan del departamento de cuentas a pagar es diseñar una estrategia interna para que la empresa pueda llevar un registro más organizado de los clientes.»*

## ¿Se mide el éxito solo por la eficiencia o las empresas de SF pueden hacer algo más?

Si bien un sustancial 60 % de las empresas de SF afirma que ya están sumidas en la transformación digital y que esta transformación durará mucho tiempo, el 12 % afirma que ya han completado la transformación. Resulta curioso. ¿Se han transformado realmente estas empresas? ¿Puede una empresa dejar de transformarse?

En términos de transformación digital de las cuentas a pagar, el 62 % afirma que están inmersos en la transformación, mientras que el 10 % afirma que los proyectos ya se han completado. Pero, ¿han conseguido estos proyectos logros reales?

Según nuestro estudio, alrededor de la mitad de las empresas de SF cree que sus proyectos son un gran éxito. La mayoría de los encuestados puntuó los proyectos por encima de la media (siete u ocho sobre diez), y el mayor porcentaje de empresas (90 %) afirmaba que, en términos de alcanzar los objetivos del proyecto, la transformación había sido un éxito. Teniendo en cuenta que muchas empresas experimentan retrasos en la facturación y costes elevados [ver sección anterior], ¿están estas empresas estableciendo realmente los objetivos adecuados?

Como ya hemos visto, cuando se les preguntaba a las empresas de SF sobre los principales objetivos de transformación de las cuentas a pagar, «reducir costes» encabezaba la lista de respuestas (42 %), por lo que el objetivo fundamental radica en encontrar eficiencias y no necesariamente en una transformación integral. Así pues, ¿en qué debería consistir realmente la transformación digital? ¿Acaso se trata solo de reducir la duración del proceso y ahorrar tiempo a las personas?

Las empresas de SF deben centrarse en los resultados para transformarse de verdad y marcar una diferencia en el balance final. Como ya hemos visto, más de la mitad de las empresas de SF considera que el OCR es la respuesta a sus problemas y, sin embargo, este sistema no ayuda a superar los silos en el flujo de trabajo. Es importante comprender los principales desafíos para definir los objetivos del proyecto.

Al permitir un pensamiento más proactivo, las cuentas a pagar pueden ayudar a ganarse la confianza del proveedor, conseguir información y tomar decisiones estratégicas mejor fundamentadas. En resumen, las cuentas a pagar pueden desempeñar un papel estratégico, puesto que ayudan a definir la transformación y permiten que las empresas evolucionen hacia organizaciones modernas, ágiles y dinámicas.

## La transformación de las cuentas a pagar

Se trata de una evolución digital que consiste en transformar la empresa que ahora se caracteriza por una combinación de tecnología y procesos manuales hasta convertirla en una empresa digital y autofinanciada, y, posteriormente, en un departamento de cuentas a pagar libre de discrepancias. ¿Cómo sería?



Los procesos manuales dan paso a la automatización, con lo que se mejora la velocidad y la precisión. Esto también permite que se recopilen y analicen los datos en la red, lo que proporciona información valiosa que favorece la diferenciación y la innovación.



Adquisiciones, finanzas, vendedores y socios, incluidas las supply chains financieras, están todos conectados a la red y gestionados a través de una plataforma (en lugar de un mosaico de tecnología y aplicaciones), lo que reequilibra la cartera tecnológica hacia la transformación digital.

Los puestos de trabajo evolucionarán. Los empleados estarán más especializados y tendrán competencias creativas, por lo que habrá menos puestos dedicados a la tramitación.

El centro de atención estará en los resultados al vincular los incentivos al objetivo general de la empresa.



La experiencia del cliente es un objetivo fundamental puesto que las cuentas a pagar ayudarán a expandir los modelos comerciales y a identificar y favorecer nuevas fuentes de ingresos.

## Procesos frente a resultados

### ¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrentan los servicios financieros?

Cuando planteamos la pregunta: «¿Cuáles son los mayores obstáculos a la transformación digital en las cuentas a pagar/P2P para tu empresa?», resultó interesante observar que el 52 % de las empresas de SF citó la integración de procesos y TI tradicionales. La tecnología obsoleta y los hábitos y procesos arcaicos están dificultando el cambio. No es algo inusual, el cambio resulta complicado y puede ser costoso si no se planifica correctamente.

Aunque muchos directores financieros de empresas de SF (44 %) también mostraron su preocupación respecto a la falta de conocimientos del impacto operativo que puede tener la transformación digital en la empresa, un tercio (36 %) afirmó que la tecnología y los silos en el flujo de trabajo constituían problemas graves. Ahora bien, solo el 2 % afirmó que eliminar los silos internos y colaborar más estrechamente con los departamentos de adquisiciones y finanzas eran un objetivo primordial.

Eliminar estos silos podría ser la clave para aprovechar al máximo las iniciativas de transformación digital de las cuentas a pagar puesto que los departamentos de adquisiciones y cuentas a pagar son, en realidad, dos partes de un mismo todo y deberían tratarse como tal. Van de la mano y cuando las empresas pueden convertir lo digital en lo usual e implementar una plataforma que permita las adquisiciones y los pagos en un solo sistema, se pueden aprovechar al máximo los beneficios de los datos y la analítica.

Los pedidos de compra, pagos, autorizaciones y contratos no deberían extraviarse nunca y ambos departamentos pueden obtener información fiscal significativa que sirva para orientar la toma de decisiones a todos los niveles.



#### Un director financiero de una compañía de seguros danesa no se está equivocando cuando afirma:

«Las áreas que creemos que necesitan resolverse son el extravío de facturas, la filtración de datos, los problemas de continuidad de flujos, la compleja facturación y la pérdida de tiempo. En el futuro, la automatización de las cuentas a pagar nos permitirá predecir los resultados financieros, tomar mejores decisiones comerciales y ofrecer transparencia al departamento».

Es un objetivo comprensible pero, como ya hemos visto, la mayoría de las empresas de SF se están centrando en los objetivos a más corto plazo, lo que constituye en sí mismo un problema. Como revela el estudio, los obstáculos a la transformación de las cuentas a pagar son amplios y variados. Las empresas tienen dificultades para justificar el cambio ante las juntas directivas y un 24 % afirma que no recibe apoyo por parte de los ejecutivos y las juntas directivas. Quizá no sea de extrañar que el 36 % afirme que la falta de presupuesto y recursos está dificultando el desarrollo del proyecto. Sin embargo, si las cuentas a pagar pueden demostrar su verdadero poder transformador, el presupuesto puede justificarse sin problema.

# Conclusión

Es evidente que las empresas de SF tienen diferentes opiniones acerca de lo que implica la transformación digital. Aunque muchas consideren que sus proyectos van por buen camino y están alcanzando los objetivos (sin olvidar aquellas que afirman que ya han finalizado y resuelto su transformación digital), el estudio ha revelado discrepancias. ¿Están las empresas de SF estableciendo los objetivos de transformación digital adecuados en lo que respecta a las cuentas a pagar? ¿Están transigiendo? ¿O son los ahorros a corto plazo más importantes que desarrollar todo el potencial de las cuentas a pagar?

Aunque sus esfuerzos parecen centrarse principalmente en los procesos, ¿cómo reducimos el consumo de papel? ¿cómo reducimos costes? Las empresas de SF deberían hacerse esta pregunta: ¿cuál es el resultado que intentamos alcanzar como empresa de servicios financieros? A partir de ahí, podrían empezar por el final, adoptando soluciones digitales que realmente permitan cambiar para mejor y no simplemente reestructurar algunos problemas internos de flujo de trabajo.

Entender dónde causa su mayor impacto la transformación supone un reto, pero lo que es cada vez más evidente es que existe confusión y fragmentación en la forma de implementar las herramientas digitales. El temor reside en que demasiadas empresas de servicios financieros entienden la transformación digital como proyectos aislados que se desarrollan en departamentos asfixiados por una normativa exigente. Están perdiendo de vista los objetivos a largo plazo y cómo la información fiscal puede marcar una diferencia considerable. Mientras las empresas de SF se enfrentan a los desafíos de un mundo macroeconómico cada vez más volátil, generar resiliencia y agilidad a través de una inteligencia proactiva de los departamentos de cuentas a pagar y adquisiciones podría marcar la diferencia entre el fracaso y el éxito.

## Tres ideas erróneas importantes sobre la transformación digital que tienen la mayoría de empresas de SF



### Lo electrónico es digital.

Existe la idea de que las tecnologías electrónicas como el OCR se equiparan a la transformación digital



### La eficiencia es el principal objetivo.

Aunque la eficiencia es importante, el estudio sugiere que las empresas de SF la consideran el principal objetivo para la transformación, en vez de centrarse en mejorar el flujo de trabajo general



### Centrarse en los procesos es la prioridad de la transformación.

La mayoría de las empresas de SF emprenden procesos aislados en vez de adoptar un enfoque integral para la empresa





## TRADESHIFT®

Tradeshift impulsa la innovación de la supply chain hacia una economía conectada digitalmente. Como líder en pagos de supply chain y marketplaces, la empresa ayuda a compradores y proveedores a digitalizar todas sus operaciones comerciales, colaborar en cada proceso y conectarse a cualquier aplicación de supply chain. Más de 1,5 millones de empresas de 190 países confían en Tradeshift para procesar transacciones por un valor superior a medio billón de USD, lo que la convierte en la red de negocio global más grande para la compraventa. Descubre el comercio para todos en [tradeshift.com/es](https://tradeshift.com/es)



IDG Connect es la división de generación de demanda de International Data Group (IDG), la mayor empresa de medios tecnológicos del mundo. Constituida en 2006, aprovecha el acceso a los datos de 44 millones de responsables de toma de decisiones empresariales para unir a comerciantes tecnológicos de cualquier país del mundo con objetivos relevantes. IDG Connect, que se compromete a atraer a un público de TI dispar y global con mensajes realmente localizados, también publica artículos de liderazgo intelectual específicos del mercado en nombre de sus clientes y lleva a cabo estudios para vendedores B2B de todo el mundo. Si deseas obtener más información, visita [www.idgconnect.com](http://www.idgconnect.com)