



Fred Hutchinson impulsa su lucha contra el cáncer con eProcurement

Sector

Sanitario

Solución destacada

eProcurement

Otras soluciones

Contracts

Invoicing

JAGGAER One Platform

Sobre Fred Hutchinson Cancer Center

La misión de Fred Hutchinson Cancer Research Center es la eliminación del cáncer y otras enfermedades. El «Fred Hutch», como se suele llamar al centro, lleva a cabo investigaciones de alto nivel para mejorar la prevención y el tratamiento del cáncer, junto a otras enfermedades derivadas.

Con tres Premios Nobel en plantilla, el equipo científico de Fred Hutch explora enfoques innovadores para prevenir, diagnosticar y tratar el cáncer, el VIH y otras enfermedades graves. Su investigación pionera en el trasplante de médula ósea sentó las bases de la inmunoterapia, una estrategia que utiliza el sistema inmunitario para combatir el cáncer. Fred Hutch, un instituto de investigación independiente y sin ánimo de lucro ubicado en Seattle, es el hogar del primer programa dedicado a la prevención del cáncer. Además, alberga el centro clínico de coordinación para la Salud de la Mujer y la sede internacional de la Red de Ensayos de Vacunas contra el VIH.

¿Por qué JAGGAER?

JAGGAER es la plataforma inteligente líder mundial en source to pay y colaboración con proveedores, un catalizador para mejorar la toma de decisiones y acelerar los resultados comerciales.

Fred Hutchinson Cancer Center utiliza la solución eProcurement de JAGGAER con un marketplace totalmente integrado, completo y configurable que garantiza la adopción, para mejorar la gobernanza y eliminar el gasto no autorizado.



“JAGGAER destaca por su capacidad de comprensión de las necesidades del cliente en la gestión de su negocio.”

Mark Burch, Director Senior de Materiales y Operaciones,
Fred Hutchinson Cancer Research Center

El reto

En 2009, el Fred Hutch se estaba expandiendo rápidamente, el centro de investigación acababa de iniciar la construcción de una nueva instalación y tenía previsto añadir dos más en la próxima década. Pese a su asombroso crecimiento, los laboratorios y el departamento de compras sabían que su actual función de compras dejaba mucho que desear. Más allá de su ineficacia, el hecho era que si querían seguir creciendo y liderar la lucha contra el cáncer, su forma de gestionar las compras era insostenible.

Mark Burch, director de materiales del centro, buscaba una solución que pudiera crecer con Fred Hutch. Una solución que optimizara los procesos que demandaban mucho tiempo para que los investigadores pudieran centrarse en sus tareas prioritarias.

Burch supo ver el problema desde que se unió a Fred Hutch en 1999. «El proceso para pedir incluso un solo artículo, ya sea un producto químico o un material de oficina, era tremendamente ineficaz», comenta. Un investigador tenía que sacar un catálogo en papel en su laboratorio (en ocasiones no actualizado) y localizar el artículo que buscaba, para luego rellenar una solicitud de papel de tres páginas. Anotaban el nombre del proveedor, el número de producto, etc., y al terminar colocaban el formulario en un sobre que luego tenía que recoger un servicio de entrega por correo y enviarlo a compras. En compras, un miembro del equipo clasificaba las solicitudes y pasaba cada una por un comprador autorizado que determinaba si era el proveedor apropiado para esta situación.

En esa llamada, el comprador tendría que confirmar la disponibilidad, el precio y luego utilizar esa información para completar el papeleo de la solicitud, asignar un

pedido, enviarlo al proveedor y, finalmente, introducirlo manualmente en el sistema ERP. «Luego, por supuesto, había que esperar de seis a diez días para que el artículo llegara», explica Burch. Esto tenía que cambiar y aunque la organización intentó crear su propia solución tecnológica en un momento dado, pronto se dió cuenta de que no tenían la experiencia necesaria para ampliar dicho sistema de forma eficiente. La búsqueda de un proveedor de soluciones estaba en marcha.

Una organización de categoría mundial como el Fred Hutch necesitaba a un partner que respondiera a sus expectativas y que «aportase las mismas habilidades, el mismo enfoque y la misma energía de los que el centro se enorgullece. Necesitábamos un partner que nos ayudara a contar con 40 proveedores activos en el momento del lanzamiento de la nueva herramienta de compras. Un objetivo ambicioso, pero crucial para presentar el nuevo sistema de compras a los investigadores del Fred Hutch», explica Burch. «Si el sistema no se alineaba con las necesidades de los científicos y no tenía los artículos que necesitan, su primera impresión sería que no vale la pena y no utilizarían la plataforma».

La solución

Con JAGGAER, el Fred Hutch encontró el partner que buscaba en la lucha contra el cáncer. No sólo por los 40 proveedores activos en la solución de eProcurement de JAGGAER cuando se puso en marcha, sino por su aumento a casi 300 con el tiempo, ya que el poder añadir catálogos online permitió que eProcurement fuese la solución ideal para el equipo de compras de Fred Hutch. La mayoría de los proveedores alojaron sus contenidos en la solución, algo clave para la organización, ya que le da más control y le ayuda a obtener datos sobre las actividades de compra.

El análisis basado en datos de eProcurement permite utilizar adecuadamente las funciones de automatización y gestionar mejor el gasto. Las funciones de análisis de datos de la herramienta fueron un punto clave para el Fred Hutch cuando buscaban soluciones: «Sin una guía clara para navegar por la gran cantidad de datos que genera una herramienta y que te permita encontrar ideas importantes para tu negocio, estás perdiendo tiempo y dinero», comenta Burch. «JAGGAER realmente entiende las necesidades del cliente en la gestión de su negocio y se adapta para apoyar esas actividades».

Desde la asociación con JAGGAER, el departamento de compras del Fred Hutch ha multiplicado por ocho su volumen, con un 20% menos de personal de compras. A diferencia del antiguo y largo proceso de compras que describió Burch, ahora los investigadores pueden acceder a la plataforma de JAGGAER y pedir fácilmente los artículos que necesitan a través de eProcurement. Con herramientas sencillas, como la búsqueda de palabras clave y las listas de favoritos, se tarda sólo unos instantes en obtener una lista de artículos con precio negociado. A partir de ahí, el sistema enviará los artículos a compras, donde el ERP convierte (cada hora) las solicitudes en pedidos y los coloca en el sistema del proveedor.

Esto ha permitido al Fred Hutch convertir el 72% de los pedidos en órdenes de compra y tenerlos en camino en el mismo día, el otro 18% se tramita al día siguiente. Esta eficacia aporta mucha confianza al laboratorio, y los artículos se reciben en un tercio del tiempo que solían tardar (de uno a tres días de media). Los costes de inventario también se han reducido de forma significativa, «este es el principal ahorro de costes», comenta Burch. Una entrega tan rápida permite a los científicos no tener que almacenar materiales para la próxima vez que los necesiten y así no tienen que esperar una semana o dos para la entrega, o comprar artículos para una necesidad futura que nunca llega.

Más allá del ahorro de costes, este sistema de compras mejorado permite algo aún más crucial: permite a los investigadores tener tiempo para sus actividades prioritarias. «Cuando un conocido investigador se unió al Fred Hutch, comentó que lo mejor de unirse al proyecto era que disponía de una hora completa, o incluso noventa minutos diarios, que antes tenía que dedicar a gestionar los suministros en el laboratorio. Eso supone una enorme cantidad de tiempo que ahora puede dedicar al próximo fármaco contra el cáncer o al siguiente avance en inmunoterapia», añade Burch. «JAGGAER ayuda al equipo de investigación del Fred Hutch a volver al trabajo innovador que sólo ellos pueden hacer», finaliza.

Resultados finales

- 85% del gasto gestionado en la plataforma JAGGAER
- El volumen gestionado se multiplicó por ocho hasta alcanzar los 480 millones de dólares en 2017; con un 20% menos de compradores en plantilla, gracias a la automatización y a los pedidos electrónicos
- 300 proveedores en el portal de compras de Fred Hutch, la mayoría con contenido alojado
- Las ventas que antes se filtraban a terceros ahora se dirigen a los proveedores principales