Luis Vega Serrano
Director de Desarrollo de Negocio
Fullstep Delegación Valencia
Copyright: Fullstep Networks, S.L.

El gasto en Tecnologías de la Información

Llevamos mucho tiempo oyendo que España necesita un cambio de modelo productivo y lo primero que debemos plantearnos es: ¿cuál ha sido el problema del antiguo? Parece que ahora todo el mundo tiene claro que hemos estado viviendo por encima de nuestras posibilidades, gracias a un megasector de la construcción financiado por un exceso de liquidez mundial. Básicamente, como país hemos comprado mucho más de lo que éramos capaces de producir y nos hemos endeudado para lograrlo. La burbuja inmobiliaria ha explotado y nuestra supuesta riqueza se ha desmoronado como un castillo de naipes.

Una vez pasado ese espejismo, debemos enfrentarnos a nuestra realidad: el gran problema de nuestro modelo productivo es la falta de competitividad y, desgraciadamente, para ser más competitivos en un mercado globalizado no existen fórmulas mágicas ni se consigue de un día para otro, esto solo se logra a través de incrementar nuestra productividad. Es en este sentido en el que deberían ir encaminadas todas las medidas que tomemos a partir de ahora.

La tecnología como elemento de productividad

Existen diferentes factores que influyen en el incremento de la productividad, pero sin duda uno de los principales es el tecnológico. Si ha habido en los últimos años tecnologías que han revolucionado y ocasionado grandes mejoras en la productividad, han sido las Tecnologías de la Información, entendiendo por estas las relacionadas con la informática, las telecomunicaciones y los medios. Según parece, este sector aún no ha tocado techo y en el futuro se prevé la continuidad de esta tendencia.

El autor anima a las empresas a incorporar y aprovechar al máximo las tecnologías de la información, al entender que su uso aumenta la productividad. Así, en este artículo, ofrece claves para que su coste no sea una barrera

Independientemente de que muchas empresas basen su modelo de negocio en el desarrollo y comercialización de estas tecnologías, todas las empresas, cualquiera que sea su sector de actividad, las han ido incorporando en mayor o menor medida.

Hoy es impensable, por pequeño que sea un negocio, que no se cuente con una línea de teléfono, con un ordenador donde llevar la administración, una página web, correo electrónico, etc. Pero el mayor problema que presentan nuestras empresas es que, a pesar de utilizar estas herramientas, muchas de ellas no las han aprovechado suficientemente. Si España ocupa el número 10 en el ámbito mundial en cuanto a PIB, estamos el puesto 52 en la capacidad de las empresas para incorporar nuevas tecnologías o en el puesto 61 en gasto en Tecnologías de la Información. En mi opinión, una de las claves de la supervivencia de las empresas en los próximos años, sea cual sea su sector, pasa por formar parte de esta revolución del conocimiento, incorporando tecnologías que aporten una ventaja competitiva al negocio.

Objetivo: optimizar el gasto tecnológico

Uno de los factores que aumentan la reticencia de algunas compañías a la incorporación de nuevas tecnologías es su coste, que en muchas ocasiones es elevado. Sin embargo, estas empresas no son conscientes del alto retorno de la inversión que estas herramientas suponen para su cuenta de resultados. Igualmente, a la hora de reducir costes, muchas de ellas deciden recortar en esta área sin cuantificar el impacto que esta reducción tendrá sobre el negocio.

A la hora de optimizar el gasto en telecomunicaciones, hay que tener en cuenta que la velocidad del cambio tecnológico es muy grande y que es necesario dedicar tiempo a la negociación. Para conseguir la mejor tecnología a un precio asequible, es imprescindible contar con una estrategia adecuada. Sin duda, otra de las claves del nuevo modelo económico se basa en la especialización, enfocando los recursos en el desempeño de aquello en lo que soy verdaderamente bueno y externalizando el resto de las funciones en terceros que aporten valor a mis clientes y me conviertan en el mejor jugador del mercado.

Consecuentemente, si por tamaño de empresa no tengo recursos con la suficiente capacidad tecnológica o tiempo para analizar mi estrategia, se puede contar con expertos externos en asesoramiento tecnológico.

Para reducir costes en esta área, existen dos posibilidades: una a través de conseguir una mayor eficiencia tecnológica y otra mediante una buena negociación de las tarifas contratadas con el

operador. Normalmente, ambas están relacionadas. En cualquier caso, hay que definir bien las necesidades de comunicación y la estrategia tecnológica, que debe establecerse de una manera flexible en función de las diferentes alternativas que me ofrezcan los operadores.

"Para reducir costes en las telecomunicaciones de la empresa, existen dos posibilidades: una a través de conseguir una mayor eficiencia tecnológica y otra mediante una buena negociación de las tarifas contratadas con el operador"

Optimizar las telecomunicaciones

En telecomunicaciones, se puede distinguir entre tres tipos de servicios: fijo, móvil y datos, aunque los principales operadores están evolucionando hacia una convergencia en la prestación de los tres. Claro ejemplo de esto lo tenemos con la nueva estrategia de Telefónica, que integrará todos sus servicios bajo la misma marca Movistar, y el caso de Vodafone, que se ha hecho con el control de los operadores de telefonía fija Tele 2 y Comunitel.

En cuanto al servicio fijo de voz, el punto clave de negociación es la centralita y su número de extensiones, que pueden pertenecer al operador o al cliente. Este es un punto importante, ya que constituye un dispositivo de alto coste (alrededor de 10.000 euros, en función del número de líneas). Otra posibilidad es contratar una centralita virtual, que se cobra por cada extensión y no hay negociación de *hardware*. Otra opción de mejora es que la centralita integre una opción para comunicaciones móviles (las llamadas de móvil a móvil son siempre más baratas).

En cuanto a telefonía móvil, tenemos que tener en cuenta que los móviles han dejado de ser simples equipamientos que nos permiten hablar, sino que incorporan muchas más funcionalidades, desde correo electrónico hasta GPS, acceso a los programas de gestión de la empresa, etc. Igualmente, las tarjetas de acceso móvil a internet son cada vez más imprescindibles para que nuestro personal pueda desarrollar su trabajo en cualquier punto.

La clave reside en los modelos de terminal que nos faciliten y el coste de su adquisición y mantenimiento. De la misma forma, para la contratación de líneas de datos se debe tener en cuenta el ancho de banda que se necesita, la velocidad de transmisión y la garantía de calidad de servicio.

Una vez optimizados todos estos puntos, es fundamental la negociación de las tarifas. Para ello, es preciso que seamos capaces de, en función de nuestro histórico de consumo y de las previsiones de futuro, saber qué es lo que vamos a consumir y dónde incurrimos realmente en coste, por ejemplo: ¿de qué nos sirve tener muy buenas tarifas de tráfico de datos si prácticamente no lo consumimos?

Hemos de tener en cuenta que las operadoras tienen la estrategia de presentar ofertas no comparables con las de su competencia a través de las fórmulas más variopintas, descuentos, programas de fidelización, etc. Nuestra tarea debe ser entender cuál es el coste real que nos va a suponer y ser capaces de llevar todo eso a comparativas objetivas en euros.

Dedicándole suficiente tiempo y siguiendo una metodología correcta, se pueden conseguir reducciones del coste en telecomunicaciones de hasta un 40%. Con un solo vistazo a la cuenta de resultados, se puede ver el gran ahorro que puede suponer para la compañía.

Y ya que estamos empezando el año y es siempre tiempo de buenos propósitos, les animo a que, después de los típicos como dejar de fumar y hacer más ejercicio físico, se propongan el de incorporar y aprovechar al máximo las Tecnologías de la Información, pero pagando lo menos posible, que para eso estamos en crisis.