



II Cumbre de los servicios TIC

LA ASOCIACIÓN DE DIRECTORES DE SERVICIO AFSMI, ORGANIZÓ EL PASADO DÍA 10 DE JUNIO, EN EL CLUB FINANCIERO GÉNOVA, LA II CUMBRE DE LOS SERVICIOS TIC



**Senén J.
Pájaro Novoa**

**PRESIDENTE AFSMI
Capítulo Español
ASOCIACION DE
DIRECTORES DE SERVICIO
DIRECTOR DE CALIDAD Y
CUSTOMER CARE
Fujitsu Services S.A.**

El evento tuvo el formato de una **mesa redonda**, en la que intervinieron de forma brillante los siguientes ponentes:

- D. Lorenzo Jiménez, Director de Servicios de Consultoría de ORACLE.
- D. Germán Martín, Director de Servicios Profesionales de HP.
- D. Juan Claudio Agúí, Portfolio & Business Development Manager de IBM.
- D. Carlos Mazón, Director de Servicios de SUN MICROSYSTEMS.
- D. Michiel van Vliet, Director de la División de Servicios de MICROSOFT.
- D. Rafael Arredondo, Director de Core&Service Delivery de FUJITSU SERVICES.

Hizo una labor magistral, como moderador, D. Carlos López Barrios, Catedrático de la E. T. S. I. Telecomunicación.

La asistencia de profesionales del sector fue muy elevada, como el año pasado. La participación en los debates de la mesa fue tan intensa que nos vimos obligados a prorrogarla durante buena parte de la comida y aún después. Estas interacciones

ponen de manifiesto el enorme interés que lo tratado tenía para los asistentes. Esto nos anima para organizarlo de nuevo el próximo año.

El tema central del debate y las ponencias, fue la crisis actual y las medidas para minimizar sus efectos en nuestro sector así como mejor ayudar a nuestros clientes a salir de ella.

El tema central del debate y las ponencias, fue la crisis actual y las medidas para minimizar sus efectos en nuestro sector

Impacto de la crisis actual en el sector servicios TIC y medidas para reducir sus efectos

La crisis afecta también al sector servicios TIC. Esto es evidente y lógico. Nuestros clientes nos demandan menores precios y esto nos obliga a mejorar nuestra eficiencia, a aumentar nuestra eficacia y productividad, a buscar modos de aportar más valor a los negocios de los clientes. Desde hace muchos años venimos sometidos a la ley que nos obliga a dar más por menos, sólo que ahora de una forma más intensa, la crisis nos está forzando a dar un salto

en escalón. Un difícil reto que tenemos que abordar y ganar. Nuestros clientes se lo merecen, nos necesitan, somos un elemento clave para ayudarles a salir de la crisis. Sin las TIC no hay futuro. Tenemos que agudizar el ingenio e innovar para facilitar la salida de este, permítame calificarlo como, "agujero negro", que parece sacudir los cimientos de nuestra economía y nuestra sociedad.

¿Cómo enfrentamos la crisis desde los Servicios TIC? De distintas formas, veamos brevemente algunas expuestas por los ponentes:

- Hay organizaciones que están estructurando globalmente sus servicios en Europa, especializando sus recursos por tipos de servicio, pero haciendo que su ámbito de actuación no sea España sino Europa.
- Optimizando los procesos de servicio a fin de eliminar todo sobre coste o despilfarro o actividad que no añada valor para el cliente (procesos Lean). Tecnología-Procesos-Personas es el trío clave para la optimización.
- En los sistemas actuales existen elementos que en sí mismos son una fuente de sobre costes, Ej.: los PC en los puestos de trabajo. Estos elementos podrán ser sustituidos por terminales virtuales que nos permitirán reducir costes de mantenimiento H/W y S/W.
- La consolidación de servidores, la virtualización, la optimización del almacenamiento, la gestión remota, así como la gestión de la seguridad permitirán a nuestros clientes obtener un ROI significativo a corto plazo. El



ROI es uno de los criterios clave de decisión de los CIO y los CTO en lo referente a la contratación de productos y servicios TIC.

■ La "experiencia del cliente" (customer experience) es un aspecto de especial relevancia en los servicios. Si no conseguimos que nuestro cliente perciba la calidad del servicio que espera de nosotros lo perderemos. La presión actual sobre los precios de los servicios es enorme, pero no podemos permitirnos hacer un intercambio de calidad por precio. La calidad del servicio y el precio del mismo han de ser compatibles y han de satisfacer los requerimientos del cliente. Reducir un 5% la pérdida de clientes equivale a incrementar los beneficios entre un 25% y un 85%. Esto es así porque cuesta 5 veces más conseguir un nuevo cliente que mantener uno que ya se tiene. Reducir un 2% la pérdida de clientes tiene los mismos efectos que reducir los costes un 10% (esta información se expuso en la Technology Services World del 4 al 6 de Mayo, en Silicon Valley-USA).

■ El Outsourcing es un tipo de servicio que sigue creciendo de forma significativa y la causa es que el cliente puede obtener estos servicios a unos costes más reducidos y con una calidad incluso superior. Es previsible que siga la tendencia hacia la concentración en los procesos clave del negocio, externalizando los demás procesos.

■ La importancia de las personas en el éxito de los servicios es fundamental. La

actitud, aptitud y la voluntad de esas personas determinan la calidad, eficacia, eficiencia, productividad, percepción del cliente y consecuentemente su satisfacción. La mayoría de los actos de servicio suponen la interacción entre personal del cliente y personal de la empresa que presta el servicio. Estos

Liderar es mucho más que dirigir, es lograr que el personal ponga en marcha todas sus capacidades al servicio de los objetivos del negocio

"momentos de la verdad" condicionan o determinan la satisfacción del cliente. Nuestro personal es clave en el logro de los objetivos. Una de las ponencias versó sobre el liderazgo. Liderar es mucho más que dirigir, es lograr que el personal ponga en marcha todas sus capacidades al servicio de los objetivos del negocio. Para lograr esto es necesario dar a las personas un "espacio de oportunidades" que les permita crear iniciativas, innovar, colaborar con los demás, sentirse valorados y respetados. No es innato ser líder, se puede aprender en gran medida, pero hay que tener la visión de

la importancia de serlo y actuar en consecuencia. Ser líder es ejercer el poder de una forma diferente y mucho más eficaz. No se puede ser creativo si no se tiene espacio para moverse y cambiar.

Resumen

La participación activa de los asistentes fue muy alta. El tema del liderazgo fue especialmente impactante. Se planteó la duda de si en la sociedad actual nos estamos deshumanizando porque aunque se habla del liderazgo y de la importancia de las personas parece que las tratamos como si fueran un recurso más del que prescindimos ante la más mínima dificultad.

La sociedad actual no es concebible sin las TIC, necesita nuestros servicios para salir de esta crisis. Por esa razón si somos capaces de ofrecer los servicios adecuados, a precios razonables seguiremos teniendo oportunidades en el futuro. Saldremos de esta crisis reforzados y con un horizonte de oportunidades mucho más amplio.

Los márgenes de los servicios se han reducido de forma considerable en los últimos años, por tanto para hacer frente a las demandas de reducción de precios de nuestros clientes, tendremos que mejorar nuestra eficiencia de forma significativa. Esto es un enorme reto, pero no hay otra alternativa que afrontarlo y debemos hacerlo con ánimo de lograrlo. ♦