



La crisis internacional cambió la forma de pensar la oferta de servicios profesionales. Cuál es la visión de Grupo Assa, Paradigma, Pragma, Snoop, Suival y Totvs.

La consultoría apunta a colaborar en el cambio de procesos y metodologías tanto de los proveedores de tecnología como de sus propios clientes.



Consultoría



Consejeros en la tormenta

La crisis internacional cambió la forma de pensar la oferta de servicios profesionales. Las empresas priorizaron los proyectos ligados a la reducción de costos y las consultoras debieron adaptarse a una nueva realidad.

No todas hacen el mismo trabajo. Suelen ser aglomeradas bajo una misma categoría sin tener en cuenta que, con el paso del tiempo y la evolución tecnológica, las cosas cambian... y mucho. La consultoría es difícil de definir de modo general. "Las consultoras son una combinación entre lo que creemos que es atractivo para los clientes y lo que entendemos actual y necesario a medida que cambian las tecnologías", define Luis Bendersky, socio gerente de Paradigma Consultores. A pesar de que cada una se especializa en una actividad diferente, INFORMATION TECHNOLOGY preguntó a referentes del sector cómo reaccionó la consultoría en un 2009 con crisis internacional y cuáles son las perspectivas.

"Para nosotros este año fue muy bueno. En 2008 facturamos U\$S 47 millones y estimamos que vamos a estar cerca de los U\$S 51 millones en 2009. Tenemos proyecciones para 2010 de superar los U\$S 70 millones y en 2011 crecer a U\$S 100 millones", dice María Fernanda Santoro, vicepresidente de Marketing de Grupo Assa, que tiene presencia en Brasil (con tres oficinas), México (con dos), Argentina y Chile. Sus clientes son grandes empresas multinacionales, en general de origen latinoamericano, y grandes firmas nacionales.

Bendersky, de Paradigma, asegura que la compañía tuvo "dos semestres muy diferenciados. La primera mitad del año estuvo parada, siguiendo la tendencia que venía de 2008. No se profundizó ninguna situación en particular, tuvimos una baja de actividad en el último trimestre del año pasado que se tendió a estabilizar en los primeros meses de este año. A partir del segundo semestre volvió a subir bastante el nivel

de proyectos", afirma. Paradigma es una consultora especializada en aspectos de management, mejora de procesos y sistemas. "No hacemos consultoría financiera ni aquella que tiene que ver con la decisión de meterse en algún negocio", aclara Bendersky sobre la compañía que tiene 300 empleados y que facturó U\$S 14 millones en el último año.

"Fue un año raro porque depende mucho de qué país hablemos", advierte Carlos Maiztegui, director General de Totvs para Cono Sur. "El menos golpeado fue Brasil. México fue el que más sufrió la crisis y en el medio está la Argentina. Fue un año muy selectivo en cuanto a los proyectos que se llevaron adelante. Disminuyeron en cantidad pero aumentaron en envergadura", analiza el ejecutivo. Totvs tiene presencia en



Foto: Gustavo Fernández

América latina y la consultoría es uno de los servicios que brindan a nivel global. "Nuestra misión principal es dar un conjunto de soluciones para que el cliente se especialice en su negocio y deje en un solo proveedor todos los servicios que no hacen al corazón de su negocio, como soluciones de software de gestión en sus distintos tipos, infraestructura, comunicaciones y servicios de valor agregado", dice Maiztegui. Totvs Internacional, que cuenta con 4.000 empleados, terminará 2009 con un crecimiento de entre 32 y 35 por ciento, en comparación con 2008. En este contexto, la filial argentina incrementará su facturación un 27 por ciento, aproximadamente.

Lo que la crisis se llevó

La crisis de finales de 2008 dejó sus secuelas. La consultoría sufría la cancelación de algunos proyectos pero otros tantos comenzaron a surgir en función de las oportunidades ligadas a los bajos costos y a la optimización de procesos. "La estrella de este año fue la consultoría para la mejora de performance", dice Gustavo Guaragna, CEO de Snoop Consulting. Otra variable que marcó algunos cambios se relacionó con los plazos y las inversiones destinadas a este tipo de casos. "Los proyectos que tenían una inversión con un fin primario

"Estamos preparándonos para hacer consultoría y proyectos de implementación a distancia"

CARLOS MAIZTEGUI, director general de Totvs para Cono Sur

de crecimiento o transformación fueron los que se pararon más y fueron dando lugar a temas de reducción de costos y eficiencia. Hubo una migración del foco", especifica Bendersky. Jorge Ronchese, gerente general de la consultora Suival, afirma que, dentro de su compañía —se especializa en la consultoría en seguridad informática, coaching, capacitación y búsqueda de personal— el segmento de formación profesional fue uno de los más estancados durante 2009. Los clientes preferían ajustar sus presupuestos en este tipo de proyectos y encaminarse hacia los que tienen menor plazo y más resultados tangibles. "En diálogo con los clientes, me decían que cumplían con las metas mes a mes y que por eso postergaban las decisiones de largo plazo", dice Ronchese.

Algunas industrias se mostraron más reticentes a la hora de invertir en tecnología y, sobre todo, en proyectos de consultoría. Para el ejecutivo de Paradigma, los bancos comenza-



Foto: Gustavo Fernández

“Las empresas siguen pidiéndonos ayuda para encontrar profesionales”

JORGE RONCHESE, gerente general de la consultora Suival

ron a demostrar mayor actividad en la segunda mitad de 2009. Las telcos fueron las más estables y las de consumo masivo o retail sufrieron una merma en sus iniciativas en IT. “Las menos afectadas fueron las empresas globales de industrias como la farmacéutica y salud”, opina Santoro.

Divide y reinarás

“En un futuro próximo la consultoría se volverá más selectiva. Nosotros estamos preparándonos para hacer consultoría y proyectos de implementación a distancia. Y de esta manera apalancar la distribución del conocimiento que, hasta ahora, ha sido un cuello de botella para todas las empresas a nivel mundial”, dice Maiztegui. En esta línea, Totvs está trabajando en una solución (Totvsup), que consiste en un portal que les permite a los clientes acceder a consultoría y soporte de algunas implementaciones de manera remota. Pero Santoro, de Grupo ASSA, contraponde: “La consultoría tradicional nun-

ca va a desaparecer. No se podrá hacer todo a distancia”. La mayoría concuerda en que la segmentación de la consultoría será una constante, por las necesidades cada vez más específicas en los procesos de decisión y de cambio tecnológico. “Se valorizará al consultor que tenga tres dimensiones: la tecnológica, que sepa sobre la herramienta que quiere implementar; que tenga los ‘skills’ humanos, que entienda cómo lidiar con la gente; y el dominio, es decir, que maneje los conceptos y sepa del negocio en el que estará trabajando”, enumera Daniel Yankelevich, socio de Pragma Consultores.

El outsourcing también está a la orden del día. La crisis hizo que las compañías delegasen más actividades y se concentrasen en el “core” de sus negocios. “Los clientes quieren escuchar las recomendaciones pero ahora no se conforman con eso, sino que quieren que uno los ayude en la práctica”, opina Bendersky. “El outsourcing es una ventaja muy grande para las compañías que quieren aumentar su competitividad y mejorar sus procesos”, resume Santoro.

Yankelevich asegura que “las metodologías ágiles de desarrollo están metidas en todos los lados. Antes estaban al costado de metodologías tradicionales pero hoy son fundamentales, sobre todo en lo que se relaciona con el desarrollo de software”. Ligado con las metodologías y los procesos, las tecnologías cumplen un rol esencial en la evolución del concepto. En este caso, todos coinciden en que existen algunas innovaciones que claramente influyen en el desarrollo del outsourcing y la consultoría. “Convergencia de SOA, BPM, integración y colaboración hacen que pueda ser una opción integral”, sentencia Santoro. En la misma línea coinciden en que la Web 2.0 y las herramientas móviles son las tendencias más firmes. “El rol del consultor es poder dar valor agregado a estas herramientas, descubrir los conceptos interesantes que hay detrás”, afirma Yankelevich.

“Paradójicamente, aumentaron los proyectos en búsqueda de personal. Las empresas siguen pidiéndonos ayuda para encontrar profesionales. Creo que se habla mucho de la falta de recursos humanos, pero yo no estoy tan de acuerdo. Mucho tiene que ver con cómo buscan las empresas y qué tipo de personas quieren para sus puestos”, analiza Ronchese.

Para Maiztegui, “se ha agregado en el último tiempo, a los proyectos de implementación de, por ejemplo, un ERP, una consultoría que tiene que ver con el impacto en los recursos humanos y cómo ha cambiado la administración de los proyectos. Si comparamos con lo que pasaba cinco años atrás, nos vamos a dar cuenta de que, en consultoría, hoy los proyectos tienen muchos más elementos en estos dos campos”.

En definir una estrategia clara parece residir buena parte del desafío de los clientes, que suelen buscar en la consultoría un brazo de apoyo para encontrar la mejor forma para que la tecnología motorice los negocios. ■

Maria Arias