

## Tecnología en las empresas: ¿gasto o inversión?

Si usted ha estado leyendo mis análisis y ha estado conectado con el papel que juega la tecnología en las empresas, estoy seguro que podrá dar respuesta a la pregunta que se plantea en el título. Si no es así, espero que después de leerla sea muy clara la respuesta.

En países como Colombia, todavía existe un gran número de empresas, empresarios y personal administrativo de alto nivel, que ve y entiende las tecnologías, como un gasto. Justifican que es necesario para no quedarse atrás de la competencia pues más tarde que temprano deberán gastar dinero en ésta. Incluso hay quienes la ven como “un mal necesario”.

Pero, verdaderamente, ¿la tecnología es tan poco estratégica? una compañía no se puede dar el lujo de ver y entender la tecnología de esta manera. Juega un rol de primer orden y sus directivos están en la obligación de verla de esta forma. Digo ‘obligación’, para quienes desean que

ANDRÉS JULIÁN  
GÓMEZ MONTES  
DIRECTOR CONSULTORÍAS  
360º



su empresa siga siendo competitiva en un entorno cada vez más complejo, con integración de mercados, TLC y otros.

En mi trabajo como consultor con frecuencia encuentro empresarios con esta visión y que además ven la tecnología como un ‘problema’ de los de tecnología. Si hablamos de páginas web, el ‘problema’ se extiende también a las personas del área de mercadeo. Aclaro que esto no es ‘problema’, es una herramienta estratégica. Muy bien que los empresarios se asesoren en estos temas con expertos, pero deben participar activamente.

Por ejemplo, la mayor parte de las consultorías que realizo las hago en definición de estrategias

de internet. Para hacer estas, primero que todo pongo como condición que toda la empresa debe participar. Debe empezar por el gerente o presidente, quien debe tener una participación constante, al igual que las demás áreas de la empresa. Algunas tendrán más responsabilidades y participación que otras, pero toda la empresa debe estar presente. Como lo digo de una forma coloquial, el desarrollo y diseño de la presencia en internet de la empresa debe contar con presencia activa “desde el gerente a la señorita de los tintos”.

Todas las tecnologías debemos verlas y entenderlas como una inversión. Las empresas debemos dejar de ser reactivas en lo que se refiere a tecnologías y mientras nuestra capacidad (económica y técnica) nos lo permita, ser líderes en su implementación. Tendrá unos costos asociados, de ejecución, licencias, otras tecnologías y cambio organizacional, entre otros. De la misma forma, desde

antes de implementar la tecnología, debemos tener muy claro cuál va ser su retorno y en cuánto tiempo. Así que para responder la pregunta del título de esta columna, las tecnologías en las empresas tienen que ser una inversión. Si el grado de retorno no se logra y se convierte en un gasto, algo se hizo mal y es necesario revisarlo.

### EL DESARROLLO DE LA PRESENCIA DE LA EMPRESA EN INTERNET DEBE CONTAR CON EL GERENTE HASTA LA SEÑORITA DE LOS TINTOS

Esta definición lleva a que los gerentes, presidentes y cúpula alta y media de las empresas entiendan sobre tecnología. Con esto no estoy pidiendo que se conviertan en expertos, pero tal como mencioné en una columna anterior, que conozcan los ele-

mentos básicos de las mismas y cómo obtener con estas el máximo provecho financiero.

Un ejemplo de esto se da con el desarrollo de una plataforma de internet. La cúpula alta y media de la empresa debe conocer no solo sus costos, sino cómo va a ser utilizada. Las principales ideas, relacionadas con mercadeo, ventas, recursos humanos y otros, deben provenir de esta esfera. Estos son los llamados a crear esta lista de necesidades y cómo la empresa les obtendrá los mayores beneficios. Posteriormente la ejecución o el cómo, es responsabilidad de los técnicos.

Si en su organización todavía ven y entienden la tecnología como un gasto, o peor aún, como “un mal necesario”, es hora que cambien esta visión. Las exigencias del mercado son muy fuertes para seguir pensando de esta manera. Pensemos en inversiones, en estrategias, en metas y en mediciones que nos muestren como es la evolución de las mismas.