

Telecomunicaciones y tecnología

"La consultoría debe aportar conocimiento de valor para el negocio de los clientes acorde con su estado de madurez tecnológica"



Miguel Ángel García Matatoros, director general de Blue Telecom Consulting

elEconomista
28/06/2018 - 11:16

Blue Telecom Consulting (BlueTC) es una consultora que nació en 2005 para dar servicio a compañías del sector Telco. El nuevo entorno digital ha hecho que cualquier producto o servicio dependa ahora de una forma de conectividad u otra. Eso ha permitido a BlueTC abrir su campo de acción a sectores tan dispares como Industria, Energía Seguridad o Logística, transformando, al mismo tiempo, un modelo tradicional de consultoría basado en el outsourcing en otra que ofrece valor estratégico para el negocio. Hablamos con Miguel Ángel García Matatoros, director general de Blue Telecom Consulting. **BlueTC comenzó su actividad hace 15 años como consultora especializada en el sector Telco, ¿Cómo ha evolucionado su propuesta desde entonces?**

En el momento en el que comenzamos a operar, las consultoras centraban su negocio en la gestión externa de determinados servicios, de forma que estos servicios dejaban de formar parte de la organización interna del cliente. A pesar de esta tendencia, en Blue Telecom optamos desde el principio por un modelo diferente, con el que fuéramos capaces de inyectar conocimiento a nuestros clientes para que pudieran, de esta forma, enriquecer sus productos y servicios a través de distintas soluciones y tecnologías.

Durante estos años nuestro modelo ha ido ganando madurez, lo que nos ha permitido incrementar de forma progresiva el valor que como consultores podemos aportar a todo tipo de organizaciones.

Con este enfoque hemos logrado que la percepción que tienen las compañías sobre las consultoras como BlueTC sea más positiva. No nos ven como un intermediario que gestiona un servicio genérico, sino como un partner situado en la frontera del desarrollo tecnológico que aporta conocimiento estratégico a su organización.

¿Se trata, entonces, de una consultoría con un alto nivel de especialización?

Sí, pero accesible a todo tipo de organizaciones. En Blue Telecom Consulting ofrecemos una consultoría de acuerdo al estado de madurez que presenta cada empresa en cada momento con respecto a una tecnología determinada. Cuando hablamos de IoT, de Big Data o de virtualización, por ejemplo, tenemos muy en cuenta que no todas las organizaciones se encuentran al mismo nivel. Por eso, lo primero que hacemos es analizar el estado de madurez de cada uno de nuestros clientes con respecto a las tecnologías relevantes. Vemos de dónde parten, a dónde pretenden llegar y establecemos una hoja de ruta para ayudar al cliente a cumplir sus objetivos.

Todo ello con independencia de si al final del proceso va a querer externalizar o no todo el servicio o alguna parte del mismo. Eso es lo que menos nos preocupa. Con este modelo, las organizaciones pueden decidir si quieren nuestro conocimiento para gestionarlo internamente, si quieren que aportemos personal especializado para ayudarles a implementar ese conocimiento o si desean externalizar completamente el servicio.

¿Entienden las organizaciones el nuevo modelo de consultoría que ofrece Blue TC?

Aquí las consultoras debemos hacernos un poco de autocritica. Podríamos mejorar en muchos aspectos, empezando por explicar mejor cómo podemos contribuir a resolver problemas que para los clientes muchas veces resultan complejos y cómo aportar valor a sus organizaciones. Necesitamos aprender a comunicar mejor nuestro conocimiento, oferta y la multitud de modelos de colaboración que existen. Es vital que empecemos a utilizar una terminología que la gente pueda entender. Por ejemplo, ahora es muy común ofrecer consultoría a través de metodologías Agile.

Muchos clientes piensan que eso es una moda que no les va a aportar valor, y eso es porque no sabemos explicarles la influencia que esta metodología puede suponer para el éxito de sus negocios. Agile y otras metodologías son

solo un medio para llegar a unos determinados objetivos, no un fin.

Finalmente, muchos clientes aún no han asumido que es el consultor el que debe adaptarse a la realidad de cada compañía y no viceversa. Lo que se debe exigir a una consultora es que sea capaz de aportar conocimiento que ayude a la organización a evolucionar su negocio acorde con su nivel de madurez tecnológica y de la manera que mejor le encaje.

¿Cómo cambia el modelo de retribución en este nuevo enfoque de la consultoría?

La facturación por horas trabajadas deja de tener sentido y da paso a un modelo de facturación por productividad. Es un modelo de mayor riesgo para las consultoras, porque los retrasos o problemas de calidad afectan a la generación de ingresos, pero el futuro apunta hacia una sociedad focalizada en el servicio.

¿En qué áreas aporta más valor a sus clientes BlueTC?

Aportamos valor en la práctica totalidad de áreas asociadas a las telecomunicaciones. Dentro del sector Telco, nuestros clientes pueden ser tanto operadores, como proveedores de equipos de red o integradores de sistemas.

En cuanto a los operadores nos dirigimos tanto a los que se centran en incrementar su número de clientes, como los que buscan aumentar sus beneficios a través de una gestión más eficiente de sus servicios o diferenciarse de su competencia a través de servicios más sofisticados. Para las compañías que no pertenecen al sector Telco, nuestros servicios cobran su mayor valor cuando se enfocan en el área de IoT, que es una tendencia a la que muchas empresas se orientan a la hora de evolucionar sus negocios.

Estas empresas se encuentran con el hándicap de no contar con el conocimiento necesario en la materia para poder incorporarlo a su negocio existente o sus nuevos productos o servicios. Se ven obligadas a decidir entre creación interna de conocimiento y tecnología o buscar ayuda para la generación del conocimiento y de la inserción de las tecnologías dentro de sus propios productos. En estos casos, el conocimiento de BlueTC en el sector Telco puede resultar de gran ayuda para las empresas que necesitan basar sus productos en los servicios de los operadores de telecomunicaciones, porque normalmente desconocen las capacidades que puede ofrecerles su operador y cómo aprovecharlas en beneficio de su negocio con productos y servicios diferenciadores.

También, en el caso en el que su operador no ofrezca a un cliente suficiente base tecnológica para poner en marcha estos productos y servicios, nosotros podríamos ayudarle a buscar fórmulas para rellenar ese gap, a fin de que pueda poner en el mercado de forma inmediata sus nuevos productos y servicios en lugar de tener que esperar a que el operador adapte y evolucione su oferta.

¿Qué peso van a tener las compañías Telco y no Telco en el negocio de BlueTC?

Va a depender de la rapidez con la que se produzcan los avances en el área de IoT, aunque creo que en un plazo de cinco años el 50% de nuestra facturación provendrá de compañías que no pertenecen al sector de las telecomunicaciones. Seguramente, ese porcentaje irá creciendo, porque la necesidad de conocimiento de soluciones de telecomunicaciones aumenta.

¿En qué líneas de negocio centra BlueTC su actividad?

Contamos con tres líneas de negocio especializadas: monitorización de los sistemas y redes; control, protección, gestión y análisis de los datos generados y compatibilización entre sistemas. Esta tercera es muy importante, porque las soluciones actuales están formadas por una pila o conjunto de servicios ofrecidos por diferentes proveedores, con lo que resulta imprescindible asegurar que son compatibles entre sí. Además, trabajamos cada vez más en modelos de virtualización y con sistemas híbridos, algo que afecta tanto a operadores como a empresas de cualquier sector de actividad, ya que les permite ir adaptando su capacidad de servicio de acuerdo a la evolución de la demanda.

Uno de los grandes retos que tiene actualmente el sector tecnológico es el de la captación de talento ¿Cómo afecta este nuevo modelo de consultoría al perfil de los consultores y a la capacidad de captación y gestión del talento por parte de las consultoras?

El perfil de los consultores que se necesitan para cada proyecto va a depender del estado de madurez tecnológica en el que se encuentre cada cliente. Siempre habrá empresas con estados de madurez bajos que requieran un perfil de consultor acorde con ello. En otras ocasiones, se necesitarán menos consultores, pero con más capacidades y experiencia.

En este punto se demuestra también la importancia de la consultoría, porque es complicado que una empresa pueda adaptar las capacidades de su personal interno al ritmo que va a requerir la evolución de su negocio. Cada vez resulta más difícil acceder a un tipo determinado de talento y para las consultoras es también un reto, porque el talento resulta más caro. Pero, al mismo tiempo, es una ventaja, porque ese talento especializado, muchas veces vocacional, quiere progresar y no quedarse estancado en una empresa y en un proyecto concreto. En este sentido, las consultoras ofrecemos también más valor a nuestro personal porque va a poder trabajar en los proyectos más innovadores, con las últimas tecnologías y metodologías.

A nivel general, la escasez de talento es un problema de difícil solución debido al escaso interés político que hay en el tema. Solucionarlo requiere poner en

marcha estrategias a largo plazo y los gobiernos actuales no ven más allá de cuatro años. En este punto siempre vamos a tener que ser las empresas las que complementemos la formación estándar que nos ofrezca la universidad para poder cubrir las necesidades de nuestros clientes.

