

Informática



POR M.E.

La industria informática está pasando por uno de sus peores momentos. Es todavía un sector inmaduro que está dando sus últimos coletazos de crecimiento y las grandes empresas están tratando de colocarse en los mejores puestos de salida para afrontar con éxito la reestructuración final que va a decidir quien quedará dentro y quien fuera.

La crisis del sector informático afecta por igual a grandes y pequeños. Los fabricantes de hardware tienen que enfrentarse a una drástica disminución de los márgenes si quieren seguir vendiendo. Los precios tienen que ajustarse al máximo a consecuencia del crecimiento de la competencia y de los sistemas estándar. Otro problema añadido es que se producen menores ventas por unidad debido al fuerte aumento de la potencia de los equipos. Además, a esto se le añade una sobrecapacidad de producción de toda la industria.

Por su parte, los fabricantes de software deben enfrentarse a un aumento de la competencia debido a la reorientación hacia este sector de los fabricantes de hardware que prefieren compensar así la caída en la venta de equipos. Otro problema añadido es que si quieren seguir siendo competitivos deben dedicar más dinero a I+D.

Según el Ministerio de Industria, España alcanzó una facturación total en el sector informático de 941.524 millones de pesetas en 1991. Sin embargo, en el primer trimestre del 92 esta industria creció sólo 1,28 por ciento respecto al mismo período del ejercicio anterior. La actividad que continúa registrando una demanda más débil es el hardware, con una disminución interanual durante el primer trimestre del 92 del 7,63 por ciento. Uno de los factores determinantes de esta caída es el mercado de ordenadores personales cuyas ventas de unidades se han reducido en casi seis puntos.

1. GUERRA DE PRECIOS

Hace unos meses -en octubre de 1992- IBM anunció su entrada de lleno en la guerra de precios que sacude al sector de los PC. Con esta declaración IBM quería hacer frente a la competencia iniciada por los ordenadores fabricados en Extremo Oriente -los llamados clónicos. Algunos meses antes otras compañías como Compaq, Hewlett-Packard y Olivetti habían comenzado ya a bajar los precios de sus ordenadores. Estas bajadas de precio han supuesto en algunos casos el 50 por ciento, lo que ha permitido rebajar la barrera psicológica de las cien mil pesetas para equipos profesionales de marcas de prestigio.

Actualmente, la estrategia de las compañías es ganar cuota de mercado al precio que sea, incluso muchas están comercializando sus equipos por debajo de los precios de coste. Esta batalla por ganar mercado reduciendo los precios ha traído como consecuencia un cambio en los métodos tradicionales de venta. En este sentido, Dell ha revolucionado la venta de PC instaurando el canal directo vía teléfono obteniendo un extraordinario resultado. Esta nueva fórmula de ventas ha permitido a Dell bajar sus precios en un promedio de 30 por ciento desde el pasado mes de diciembre. Otros grandes como IBM y Compaq no han tardado en imitarle. E incluso fabricantes de prestigio han comenzado a vender en las grandes superficies como El Corte Inglés, hipermercados, etc., con objeto de aumentar su clientela.

Esta bajada de precios generalizada ha obligado a los fabricantes a vivir con márgenes que son la mitad de lo que eran antes de 18 meses. Los fabricantes de primera línea como IBM y Compaq, que solían tener márgenes de beneficio del 40 por ciento, luchan ahora por conseguir márgenes de sólo el 20 por ciento.

Casi todas las grandes compañías del sector están haciendo ajuste de plantillas: IBM calcula que tendrá que desprenderse de alrededor de 25.000 empleados en todo el mundo, un 50 por ciento en EE. UU. y otro 50 por ciento en Europa, sin contar con los 40.000 a los que afectó la reestructuración en 1992. Compaq por su parte despidió el año pasado a 2.500 trabajadores. En España, IBM ha tenido que reducir la plantilla hasta ahora en 290 trabajadores, 200 acogidos a las jubilaciones anticipadas o bajas incentivadas y el resto por bajas naturales.

2. LA EPIDEMIA DE LAS FUSIONES

Quizá la inmadurez del mercado informático y la vertiginosa evolución de la tecnología han favorecido durante varias décadas la aparición de numerosas empresas con una política tecnológica y comercial poco definidas. Pero lo que está claro es que el futuro de la industria informática parece que tiene que pasar necesariamente por las fusiones, adquisiciones o acuerdos.

Cabe recordar algunas de las fusiones más importantes: en 1989 Hewlett-Packard compró Apollo, más tarde Zenith fue adquirida por la empresa francesa Bull; Fujitsu ha comprado ICL. En el subsector del software cabe destacar la adquisición de Ashton-Tate por parte de Borland y la compra por Novell de Digital Research, etc.

En España la atomización del sector, con sólo una decena de empresas de cierta dimensión, supone un campo abonado para las adquisiciones, principalmente a manos de empresas extranjeras. La francesa Sema-Group compró a finales de la década pasada la empresa Gisa al Banco de Bilbao. Pero fue en el año 1991 cuando la cercanía del Mercado Unico aceleró las estrategias de implantación en los mercados nacionales. Así, la propia Sema-Group volvía a adquirir la española Tecno T&G, mientras que CCS -española por su gestión y tecnología, pero francesa por su capital- adquiriría dos empresas -en Inglaterra y Holanda- y una pequeña sociedad vasca.

Desde hace algún tiempo, en el mercado informático mundial se viene hablando de que en un futuro cada vez más cercano la industria estará compuesta por apenas cuatro o cinco

compañías: se especula que dos de ellas podrían ser norteamericanas, otras dos -o tal vez tres- serían japonesas, y la última, si la hubiera, sería una europea. En este sentido las empresas niponas se han tomado en serio este rumor y han comenzado a reorganizar sus fuerzas con el fin de estar preparadas para el momento.

3. MACROEMPRESAS SOBREDIMENSIONADAS

Algunas empresas impelidas por unas desmesuradas ansias de crecimiento han llegado a la creación de macroempresas con unas plantillas sobredimensionadas que han obligado posteriormente, como hemos visto más arriba, a hacer ajustes de personal -caso de IBM y Apple. Pero las empresas informáticas se han dado cuenta que es muy costoso financiar el crecimiento empresarial y tecnológico y que sólo el mercado mundial justifica y hace posible las fuertes inversiones que son necesarias para comercializar productos como los ordenadores, que poseen un corto período de vida, porque la competencia en fabricar tecnología cada vez más perfeccionada y sofisticada es muy fuerte y esto hace que la industria evolucione tan rápidamente.

Esas fuertes inversiones sólo las pueden realizar empresas grandes y saneadas, y esta puede ser una de las razones de las fusiones y acuerdos. Por todo este proceso ha pasado la industria del automóvil.

La parte positiva de las fusiones entre empresas informáticas es que permitirán un mayor nivel de estandarización de los sistemas, que sin duda beneficiará a todos los usuarios en cuanto a la facilidad de uso y reducción de precios. Pero existe también una parte negativa, y es que se pierden opciones y diversidad de elección. Se produce el dominio de la industria informática por unos pocos, que serán los que dicten las tendencias de esta tecnología. El problema es que a medida que se va consolidando el mercado se reduce el número de opciones disponibles. ¿Merece la pena que en nombre de la compatibilidad y la estandarización se pierda o se reduzca la capacidad de elegir entre un mayor número de opciones?