

SOLUCIONES FINANCIERAS PARA LA COMPRA DE TECNOLOGÍA



Cómo aprovechar el renting tecnológico para hacer negocio

La falta de acceso a la financiación y la situación que la crisis ha provocado en el canal de distribución hace que éste deba aprovechar otras modalidades para lograr sobrevivir. Una de ellas es el renting tecnológico, una fórmula que, aunque no es nueva, cobra especial importancia en los tiempos que corren gracias a los innumerables beneficios que aporta. Dealer World se ha puesto en contacto con las principales compañías que ofrecen esta alternativa, quienes nos han explicado cuáles son las ventajas y qué tendencias hay a medio plazo.

∫ Texto : **BÁRBARA MADARIAGA** ∫ bmadariaga@idg.es

Fue

allá por 2008 cuando se comenzó a hablar de las dificultades que tenían las PYMES en general

y el canal de distribución TIC en particular para acceder a financiación. Es más, diferentes estudios de Cámaras han denunciado una situación que parece que continuará. Según palabras de Xavier Guetat, consultor sénior de CHG-Meridian "efectivamente, éste problema persiste. Hay una notoria falta de liquidez en el mercado que dificulta el acceso al crédito en todos los sectores de actividad; no ya a los más castigados por el actual entorno económico, sino que se ha ido extendido al resto, incluido el nuestro".

Y es que, tal y como explica David Barquilla, director de Rent and Tech, "en los últimos meses se han seguido manteniendo restricciones en el crédito, y es algo que irá mejorando, pero poco a poco y a partir de finales de 2011, no antes".

Héctor García, director general de Infibail, coincide con sus colegas a la hora de señalar que los problemas de acceso a financiación continúan, y se muestra optimista al asegurar que estos afectan "en menor medida que los dos pasados ejercicios". Eso sí "tanto los niveles de apalancamiento de las empresas, como las tensiones de circulante que se han producido en las entidades financieras han ralentizado, incluso pospuesto, la concesión de líneas crediticias".

EXCESO DE OPTIMISMO

La crisis, al igual que ha ocurrido en otros sectores de la economía española, ha devuelto a una cruda realidad al sector TI. "Hemos pasado por una época en la que era relativamente fácil acceder a financiación y de hecho invertíamos con

cierto exceso de optimismo. La crisis ha hecho que las empresas se centren en cómo y cuando van a recuperar la inversión".



Pero el sector TI es diferente. Éste es "un mercado que no te deja elección, tienes que avanzar o te quedas fuera", puntualiza David Barquilla.

A pesar de esto, Marco Fruehauf, director de Grenke Rent, considera que el canal de distribución se ha tenido que enfrentar a tres factores negativos. "Por un lado, el corte repentino de líneas de crédito de los bancos, lo que ha hecho que el fondo de maniobra se haya reducido mucho; por otro, el aumento de impagados; y por otro, la reducción paulatina de los límites de riesgo asignados por las compañías de gestión del mismo a los distribuidores, con las dificultades que eso ha conllevado para la buena marcha de la acción comercial. De qué le sirve al mayorista hacer una buena campaña de descuentos si el distribuidor está pasado de riesgo y no se le puede suministrar. Los tres factores están ligados, y en cada caso concreto uno puede ser, igualmente, el detonante o la consecuencia de los otros".

QUÉ VA A PASAR

Si dejamos la situación pasada y nos centramos en el presente, Marco Fruehauf considera que "esta situación va a persistir todavía un tiempo, aunque estamos entrando en una fase de tranquilidad relativa. Y además, existen alternativas

« Cada vez más distribuidores optan por incluir el renting

dentro de su catálogo de servicios »

DAVID BARQUILLA, DIRECTOR DE RENT AND TECH

FÓRMULAS DE FINANCIACIÓN

A la hora de elegir una fórmula de financiación se puede elegir entre dos tipos. Por un lado se encuentran las estáticas, “destinadas a la adquisición de un determinado equipamiento, que normalmente suponen el endeudamiento”, destaca Héctor García, y que tal y como puntualiza David Barquilla, se centran en “como las líneas de crédito o préstamos a largo plazo, hasta herramientas más enfocadas a la tecnología como el ICO-Avanza”, y las flexibles, “destinadas al alquiler a medio y largo de plazo de equipos y servicios con posibilidad de adecuar la cantidad y características de los mismos a cada necesidad, lo que permite cambiar, ampliar, devolver los equipos a través de la renovación tecnológica, sin generar endeudamiento y que se conoce como renting operativo”, asegura Héctor García.

La principal diferencia entre ambas modalidades es que “las primeras son herramientas para adquirir la tecnología a un coste financiero competitivo, sin más, mientras que el renting es una opción más ligada al uso y renovación de los activos, incluyendo una serie de servicios, y que además no tiene por qué ser más cara”, continúa David Barquilla.

Y es que hay que tener clara esta diferenciación,

ya que “todas las fórmulas no son una financiación, sino que se puede tratar de una alternativa a la financiación”, considera Marco Fruehauf, quien añade que “la más extendida, por su sencillez de gestión y la rapidez de aceptación y pago, es la del renting. Se trata de un arrendamiento, a todos los efectos, en el que pueden estar incluidos algunos servicios, cuyo contrato se rige por el contrato de arrendamiento recogido en el Código Civil”.

Además del renting, el leasing es otra de fórmulas. Esta modalidad “sí es una financiación ligada a un bien, pero su menor ventaja fiscal y el papeleo que suele conllevar hace que no sea adecuado para operaciones de bienes TI, sobre todo por debajo de un importe determinado. Sin embargo un renting o arrendamiento se puede cerrar desde 500 euros más IVA”, explica Marco Fruehauf, quien además, también señala otra modalidad: el factoring. “Básicamente, es la venta de facturas a una entidad que asume el riesgo de cobro, pero no es la fórmula más adecuada ya que tiene un coste para el distribuidor”.

para salvar esas dificultades.”

¿En qué consisten esas alternativas? En el caso de Grenke Rent “estamos haciendo grandes esfuerzos en la educación del canal en el uso de herramientas para mejorar la tesorería mediante de la canalización de sus ventas a través de contratos de arrendamiento. Pero paradójicamente está siendo difícil porque el canal está muy preocupado con vender, en un entorno de mercado muy complicado, y a veces le cuesta escuchar propuestas distintas a las que maneja habitualmente y que, además, vienen de ámbitos que no domina”

En el caso de Iberent, su estrategia pasa por “dar una respuesta rápida y de calidad a nuestros clientes,

mejorando las explicaciones y el seguimiento. No podemos quedarnos como una herramienta web dando acuerdos o rechazos sin conocer realmente nuestros contactos. En 2011 tendremos un contacto más próximo con nuestro canal y clientes, para de poderles ayudar en estos tiempos tan complicados”, explica Thomas Imfeld, country manager de Iberent.

LA IMPORTANCIA DE APOSTAR POR TECNOLOGÍA

Seguramente, en cada sector, el discurso sobre la importancia de apostar por el mismo sea el mismo. Pero, en el caso de la tecnología, ésta cobra especial relevancia. Y es que hay que tener en cuenta que dentro de las principales características que



« Existe un mito falso según el cual la gestión del renting es complicadísima y la operación termina muerta »

MARCO FRUEHAUF, DIRECTOR GENERAL DE GRENKE RENT

hacen diferente la compra de tecnología con respecto al resto de los activos de una empresa, se encuentra “la rápida obsolescencia”, destaca David Barquilla, quien continúa asegurando que “digamos que una empresa deber optar por comprar lo que se aprecie, y alquilar lo que se deprecie”.

Por su parte, Xavier Guetat se muestra de acuerdo con David Barquilla, pero además, puntualiza que “los activos TI suelen tener una vida útil menor comparada a otros tipos de activos. Después de 3 años, estos elementos tienen un valor de mercado reducido, si siguen utilizándose, crean costes adicionales por no beneficiarse de la garantía del fabricante y se incrementan los riesgos de averías, generando costes, de reparación e indisponibilidad para el usuario. Además, la salida del parque de estos elementos genera también unos costes ya que las empresas deben reciclar los elementos respetando las normas medioambientales”.

BENEFICIOS DE LA ALTERNATIVA A COMPRAR

Tal y como destaca Héctor García, en un momento en que “las necesidades de optimización de costes y de realizar procesos de mejora son fundamentales en la gestión para lograr ser competitivos, las compañías se plantean la adquisición como un hito que repercute directamente en su negocio lo que les obliga a buscar las mejores fórmulas para tener un parque TI optimizado”.



Es más, los motivos que están haciendo que las empresas se estén planteando cambiar el modelo por el que optaron en su día, el de la compra, tiene “la problemática de que invirtieron en exceso, y debido a la reducción de negocio, y de personal, ahora tienen equipos que no utilizan”, explica David Barquilla, quien continúa señalando que estos equipos “generalmente se encuentran en un almacén, sin utilizarse, pero a la empresa le siguen costando dinero, ya que siguen asumiendo el coste de su amortización y además el de almacenaje. Con una política de renting tecnológico, hubiesen reducido en gran medida estos costes y se hubiesen podido adaptar mucho más rápidamente al nuevo entorno económico”.

Además, en el caso de que estos ya estén obsoletos, también hay que asumir otro tipo de costes, como los de logística “para la retirada de los elementos, los de destrucción para los equipos fuera de servicio, borrado de datos para los equipos vendidos en el mercado de segunda mano. No hay necesidad de tener la propiedad de unos activos que se deprecian, lo que interesa es poder usarlos, y a un coste razonable. El renting permite el uso de los equipos, y, además, durante el tiempo en que los activos son realmente útiles para la empresa. De esa forma, el cliente no necesita amortizar todo el coste de los equipos y llegar a importantes ahorros ligados a la renovación tecnológica”, afirma Xavier Guetat.

Los aspectos negativos que conlleva la adquisición de tecnología “generan que el valor que se aporta al activo de la empresa sea escaso, y que las decisiones que se tomaron en su momento y fueron correctas, puedan ser rápidamente superadas o incluso antieconómicas. Por eso, cada vez más las empresas sacan del activo cierto tipo de tecnología para tratarlo como un gasto, al igual que hicieron en su día con las flotas de vehículos. Y si esta opción



LOS BENEFICIOS DEL RENTING

Si usted es uno de esos distribuidores que quiere explorar otras oportunidades de negocio, puede decantarse por el renting tecnológico. Entre los beneficios que encontrará destaca, tal y como asegura Thomas Imfeld, “tanto aquellos que afectan al nivel de la organización de la empresa, como a nivel financiero”.

En este sentido, David Barquilla puntualiza que “dentro de los beneficios económicos y financieros, el principal es que el cliente paga sólo por el uso, y no se obliga a tener que afrontar la inversión en unos equipos que sólo quiere usar mientras realmente los necesite y sean productivos. Además, no tendrá que consumir las líneas de crédito y las podrá utilizar para su actividad de negocio principal, ahorrando parte del coste de los equipos si utiliza un renting a corto plazo o con renovación tecnológica. En cuanto a los operativos, el cliente se despreocupa de la gestión de sus equipos: el renting tecnológico incluye servicios como el seguro y la gestión del parque informático mediante una herramienta on-line personalizable.

Si vamos más allá, Héctor García destaca “la posibilidad de acceso a las nuevas tecnologías sin sobrecoste ni endeudamiento, convertir un presupuesto de inversión en uno de gasto también sin endeudamiento, o la adecuación del parque a las necesidades operativas reales de la

compañía a través de la renovación tecnológica”.

Por su parte, Xavier Guetat puntualiza que, para su compañía “el renting tecnológico es un concepto global de gestión del parque informático. Con los servicios asociados adecuados, permite a la vez controlar y prever sus presupuestos, y entrar en una dinámica de renovación inteligente de los equipos. No se trata de renovar a toda costa los equipos cada 3 años, sino elegir una duración de uso de los equipos en función de los presupuestos y de las necesidades tecnológica de la empresa, guardando una flexibilidad suficiente para alargar o reducir la duración de uso planeada de toda o parte de los equipos. El canal sale ganando, ya que el coste de renovación ya está previsto en el presupuesto y su impacto está diluido a lo largo del uso de los equipos.”

Por su parte, Marco Fruehauf considera que, con el renting “el distribuidor no tiene riesgo de impago ni necesidad de negociar plazos de pago largos si la venta se le escapa. Se paga todo el importe una vez se haya completado el suministro. Vendiendo una cuota mensual le es más fácil ir a por importes de inversión superiores o vender ampliaciones o productos Premium. Tiene un cliente recurrente ya que cuando acabe el contrato podrá volver a ofertar al cliente una renovación en condiciones similares”.

da además ventajas fiscales, pues está dicho todo”, asegura Marco Fruehauf.

EL CANAL, ¿APROVECHA LOS BENEFICIOS?

Pero, ¿es el canal consciente de estos beneficios? ¿Aprovecha las herramientas que las compañías ponen a su disposición? En opinión de Thomas Imfeld, sí. “Los distribuidores utilizan la mayoría de las herramientas que tenemos y que permiten diferenciar nuestros productos de la competencia. En concreto, vemos que los distribuidores están utilizando el renting como herramienta para agilizar los negocios. Los distribuidores que utilizan

más estas herramientas son los que mejoran su productividad”.

Xavier Guetat también cree que el canal “está cada vez más educado en las soluciones de financiación, o porque han entendido el beneficio que supone para él, o porque sus clientes les piden utilizar este modo de financiación a través de empresas como la nuestra”, mientras que Héctor García considera que “poco a poco la red de venta indirecta va siendo consciente que las soluciones de renting son una ventaja competitiva para ellos. Ya no solo desde el punto de vista de aseguramiento del cobro de las operaciones, o de afrontar proyectos que por el volumen de la inversión, en compra, hoy en día no se podrían realizar, sino porque es una de las mejores forma de fidelizar y de conseguir un consumo recurrente en sus clientes el mismo y que esto les resulte una ventaja competitiva frente a sus competidores”.

El renting permite controlar y prever los presupuestos, y entrar en una dinámica de renovación inteligente de los equipos

David Barquilla, en cambio, asegura que en Rent and Tech “nos hemos encontrado ambos extremos”. Es decir, “por una parte tenemos distribuidores que utilizan el renting de forma habitual desde hace años y lo ofrecen de forma proactiva en sus ofertas. De hecho conocen muy bien tanto el producto como las compañías que lo ofrecen. En el otro extremo tenemos distribuidores que no ofrecen el renting de forma proactiva y prefieren que sea el cliente final el que consiga la financiación, lo cual les está generando retrasos en el cobro ya que pierden la visión sobre la formalización de los contratos y el pago de sus facturas. Esto provoca a su vez que el distribuidor tenga que buscar fórmulas para financiar esas ventas pendientes de cobro, y cubran las líneas de crédito con mayoristas y fabricantes. Por ello cada vez más distribuidores optan por incluir el renting dentro de su catálogo de servicios”.

DESCONOCIMIENTO = MIEDO

De la misma opinión es Marco Fruehauf, quien asegura que “hasta cierto punto, sólo relativamente. Hay segmentos de mercado, como el de la ofimática, que usa la herramienta del renting desde hace años y habla exclusivamente de cuotas mensuales en su discurso de ventas. Pero en otros segmentos es más difícil implantar una filosofía de venta a través de contratos de arrendamiento. Y es que existe un mito según el cual la gestión de este modelo es complicadísima y la operación termina muerta por no darse las condiciones para que se apruebe. Pero ese mito es falso. Además, donde



hay desconocimiento hay miedo. El comercial, una vez ha convencido al cliente de que su opción es la mejor, no se arriesga a introducir un componente de incertidumbre nuevo, porque teme que el cliente le plantee cuestiones que no va a saber resolver y eso mate la venta. Esta es una barrera que es difícil de franquear si no es a través de formación y más formación”.

UN CANAL RECEPTIVO

Y ante este panorama, ¿es receptivo el canal de distribución? David Barquilla considera que sí, ya que el canal “busca ofrecer a sus clientes fórmulas que incentiven la renovación tecnológica. Las fórmulas puramente financieras no les ayudan demasiado en este sentido, ya que no incentivan la renovación del equipamiento que está en propiedad, ni el que a la finalización del contrato el cliente opte por renovar los equipos. Por el contrario, seguirá usándolos aunque estén obsoletos, aunque ello le provoque una pérdida de productividad, lo cual no ofrece al distribuidor una nueva oportunidad de venta. A esto se suma el que la tramitación de este tipo de contratos diferentes del renting es más laboriosa que la de un renting, y su firma, y por tanto el cobro de las facturas para el distribuidor, se alarga en el tiempo. Por todo ello, los distribuidores están optando por el renting, ya que en 24 horas pueden formalizar y cobrar la operación”.

Por su parte, Marco Fruehauf va más allá, al considerar que “es receptivo una vez domina los términos y se siente seguro ante este modelo de venta. A partir de ese momento, no sólo es receptivo, si no que ve claramente la oportunidad de



La formación a los distribuidores es una de las claves para que el canal pueda aprovechar el renting tecnológico

VENCER EL MIEDO

A pesar de todo, las empresas consultadas por Dealer World se muestran convencidas de que el canal de distribución acabarán optando algún tipo de vía crediticia, entre otros motivos porque “durante estos últimos años no era tan necesario complementar la oferta tecnológica. Muchas veces bastaba con incluir un plazo de cobro determinado al cliente. Ahora esto no sirve. En primer lugar porque el distribuidor necesita cobrar al contado siempre que sea posible para evitar acudir a vías de financiación para el material, y en segundo lugar porque el cliente necesita algo más que 30, 60 ó 90 días”, tal y como destaca David Barquilla, o por que “con los presupuestos de inversión congelados, la única herramienta posible para

incrementar las ventas es ofrecer al mercado soluciones a medida que incluyan la financiación de los activos, tanto del tangible como del intangible”, según explica Héctor García, pero lo cierto es que todavía hay barreras que hay que saltar.

Uno de ellos, y quizá de los principales, es la desconfianza, que, en opinión de Marco Fruehauf, “viene por el desconocimiento del proceso, los términos, el mundo “financiero” y ese falso mito de que se añade complejidad a la venta. En algunos casos existe la creencia de que la entidad de renting va a “robarle” el cliente al distribuidor, debido a ciertas prácticas de algunos competidores que en ocasiones han puentado al canal al detectar posibilidades de venta cruzada”.

negocio e intenta canalizar gran parte de las ventas a través de este modelo, cierra más fácilmente cada venta y consigue un aumento relevante de la facturación”.

Y es que no hay que olvidar que “se trata de una fórmula que les permite realizar todo tipo de operaciones sin trasladar al cliente unos costes que no está dispuesto a asumir, asegurándose el cobro y consiguiendo un consumo mayor de sus clientes a través de la renovación tecnológica”, afirma Héctor García.

En cuanto a perfil de distribuidor, los cinco directivos coinciden en que no hay ninguno pre-determinado para poder aprovechar las ventajas que se ofrecen.

QUÉ HACER PARA APROVECHAR LA OPORTUNIDAD

Una vez explicada la situación, conviene conocer qué es lo que tienen que hacer empresas como las que hemos consultado. David Barquilla apuesta por la formación al canal, ya que “no siempre tienen información actualizada ni es fácil conseguirla”.

Por su parte, Marco Fruehauf a pesar de que asegura que existen algunas iniciativas



de comunicación por parte de estamentos oficiales, “éstas son muy poco concretas”. Así, el directivo apuesta por “formación orientada a la operativa. A todos nos asustan los papeleos, y más si se trata de papeleo con organismos oficiales. No sólo hay que comunicar, sino que hay que estar preparado para que una vez se despierte el interés de un distribuidor, se tengan las herramientas para mantener ese interés y el distribuidor consiga de forma sencilla tener claro los pasos que tiene que dar para poder ofrecer estas fórmulas a sus clientes”. **DW**

Con el renting el distribuidor no tiene riesgo de impago ni necesidad de negociar plazos de pago largos