

En INnovautas ofrece la mejor escudería para ser los número 1

# Atos en la 'pole position' de la innovación

En INnovautas 2012, Atos ha presentado la vanguardia de las tecnologías del futuro para ayudar a sus clientes a estar en primera línea de la parrilla de salida. La compañía ha

• La compañía de servicios TI, Atos, ha celebrado la séptima edición de INnovautas, convertido ya en su evento de referencia para la innovación en Tecnologías de la Información en España. La nueva Atos, resultado de la integración de Atos Origin con Siemens IT Solutions and Services, ha convocado en Madrid a más de 100 profesionales de las TI y de la empresa, para mostrarles la mejor escudería en las áreas de Smart Mobility, ciudades sostenibles, cloud computing, y Big Data, así como sus proyectos de los Juegos Olímpicos de Londres 2012, y Zero email™.

“Competitividad extrema, tecnologías para la eficacia y resultados y grandes inversiones en un entorno de trabajo en equipo bajo presión e innovación constante para estar arriba son algunas de las características que definen la Fórmula 1; pero también se aplican a nuestros negocios”, explicaba Javier Ávila, director de Global Innovation and Business Strategy de Atos Iberia. “Además,

es un deporte que esconde secretos que en esta edición de INnovautas vamos a desvelar”.

“Vivimos en un momento de transformación profunda, que en Atos vivimos con ilusión y pasión, con el firme propósito de fortalecer nuestro liderazgo con vocación de servicio, para ayudar en esa Fórmula 1 que es el día a día de los negocios. Y como dijo Niki Lauda, para acabar el primero, primero hay que acabar”, añade.

Sin duda, Atos es un referente en innovación y así lo atestigua su estrategia en I+D+i. En 2008, año de inicio de la crisis, redobló sus esfuerzos en innovación; en 2009 creó la Comunidad Científica con 90 profesionales, 13 de los cuales son españoles; en 2011 reforzó su liderazgo al adquirir Siemens IT Solutions and Services; y ahora 2012 mostrará al mundo su potencia tecnológica como partner del Comité Olímpico Internacional, al garantizar todas las conexiones en los Juegos Olímpicos de Londres.

mostrado las últimas innovaciones en las áreas de Smart Mobility con aplicaciones como el coche conectado o MobiRet, ciudades sostenibles, cloud computing, y Big Data, así

como sus proyectos de los Juegos Olímpicos de Londres 2012, y la iniciativa Zero email™, que busca terminar con los correos electrónicos internos a finales de 2013.

## Smart Mobility: el coche conectado al mundo

Atos entiende el concepto de Smart Mobility como la movilidad más contexto, es decir, cómo utilizar la información contextual procedente de dispositivos móviles para crear nuevos servicios. “La evolución de los servicios móviles ha ido pasando por los servicios de información, los basados en localización, los centrados en el usuario, y ahora los servicios inteligentes dedicados a cada uno de nosotros y, que es aquí donde encaja la estrategia de Atos”, explicaba Mike Smith, responsable de Consultoría y Arquitectura de Infraestructura de Atos para Reino Unido e Irlanda.

Atos ofrece una plataforma de contexto que convierte datos aparentemente sin valor y procedentes de múltiples fuentes en informa-

ción de valor empresarial. Un ejemplo de su uso podría estar en el ámbito de consumo para entender cómo los usuarios utilizan la movilidad en sus experiencias de compra.

Asimismo, Atos ha estado trabajando con varios fabricantes de automóviles para introducir la movilidad en los coches. “La idea es tener embebido en el automóvil un tablet con servicios contextuales que parten de datos recogidos como el consumo de gasolina, velocidad, pautas de comportamiento... con los que se crean nuevos servicios personalizados para el conductor. Escenarios donde se obtienen ventajas con este sistema sería en caso de un accidente, enviar el rescate al lugar, o definir un seguro en función de la forma de



conducción”, aclaraba Mike Smith. También, se pueden beneficiar terceros como gasolineras, restaurantes, servicios aeroportuarios, etc. Los servicios están centrados en el usuario, pero orientados a generar negocio en terceras empresas.

## Juegos Olímpicos Londres 2012

Los Juegos Olímpicos son el proyecto de tecnología en deportes más grande del mundo, por lo que la innovación en este terreno resulta crucial. Se trata del mayor evento deportivo que existe con 36 disciplinas, 10.500 atletas, 300 finales de medalla de oro, 27.000 medios acreditados, 7,7 millones de entradas, 70.000 voluntarios... un gran reto organizativo. Sin embargo, la unidad de Major Events de Atos lleva ya tres décadas de experiencia en más de 100 grandes competiciones, trabajando desde 1992 para los Juegos Olímpicos.

Como Partner Tecnológico Mundial del COI, Atos proporciona una solución de gestión de-

portiva, que soporta la planificación y las operaciones de los Juegos, y el sistema de difusión de la información en tiempo real. Esta plataforma también incluye un portal de voluntarios para el reclutamiento, la gestión de la fuerza laboral, soporta la clasificación de los atletas, la acreditación a 200.000 personas diferenciando el perfil y los derechos de acceso. En cuanto al sistema de difusión soporta los dispositivos de timing y scoring, que retransmiten a los comentaristas deportivos en tiempo real los datos que capturan, proporciona estadísticas, y está en contacto con todas las agencias y broadcast del mundo. “Los

desafíos son llegar a tiempo para la ceremonia de apertura, cumplir los ajustes presupuestarios, desplegar nuevos entornos cada dos años, gestionar la seguridad y los riesgos, dar formación y pruebas al personal antes del comienzo del evento (200.000 horas de pruebas), y soportar la conexión de 450 millones de smartphones, 400 millones de PCs, y 100 millones de tablets para ofrecer información en tiempo real”, comentaba Jordi Cuartero, CTO de la unidad de Major Events de Atos. “Y todo esto lo materializamos con innovaciones como las nuevas soluciones myInfo+, CIS y remote CIS, y Olympic Data Feed”.



## MobiRet: Personalizar la relación comercio-cliente

MobiRet es un ejemplo de movilidad inteligente. Es una aplicación desarrollada por Atos para mejorar la experiencia de compra de los clientes ante hechos como que el 79% de usuarios de smartphones utilizan su dispositivo en algún punto del proceso de compra, y el 71% en la fase de pago. “En toda relación comercio-cliente el gran reto es la recurrencia. MobiRet es una solución inteligente para el móvil que tiene como objeto fidelizar al cliente y mejorar el proceso de marketing de la empresa. Permite desarrollar nuevas estrategias, enriquecer el catálogo, aumentar las ventas al incrementar los canales y motivar y redirigir al cliente al punto de venta con publicidad geo-espacial, agilizar el proceso de pago con check-and-go, reducir costes de setup y operaciones, etc.”, mencionaba Santi Ristol, director de Movilidad Inteligente de Atos.

A día de hoy esta aplicación, que ya está siendo utilizada por empresas como Travel Club o Condis, ofrece 24 servicios, pero al ser dinámica los irá ampliando con el tiempo. Asimismo, se puede personalizar para cada tipo de cliente.

## Ciudades Sostenibles y de calidad con ayuda de un portfolio TIC

Desde hace ocho años, Siemens está comprometida a analizar tendencias como el cambio climático, la globalización o el cambio demográfico y el impacto que tiene en la sociedad con estudios de percepción. Ahora, y de la mano de Atos como partner de TI, acompañan a las ciudades in situ para medir su calidad y grado de sostenibilidad, y ayudarlas en su desarrollo urbano sostenible con un portfolio de soluciones TIC. “Tenemos experiencia en energías renovables, mejora de la eficiencia energética en edificios, trenes de alta velocidad, sistemas de gestión del tráfico...”, declaraba Francisco Rincón, responsable de Estrategia Corporativa de Siemens. “Pero, antes y con nuestros Partners, hacemos una auditoría de los servicios que las ciudades tienen que mejorar aportando datos además como el retorno de las inversiones. Por ejemplo, en Chile hemos reducido un 40% el consumo energético de un distrito, en Italia hemos construido un aeropuerto con un 68% menos de coste energético; y ofrecemos autobuses híbridos que reducen un 30% las emisiones de CO<sub>2</sub>”, destacó.

## Big Data, el valor que esconden los datos

En su presentación, Celestino Güemes, de Solutions R&D de Atos Worldgrid, y Francisco José Ruiz, director de SI CCSS-Service Center de Atos, presentaron la visión de la compañía en Big Data siguiendo el modelo de los seis sombreros de Edward de Bono.

El sombrero blanco son los hechos. Hay un problema con los datos y es que estos son heterogéneos y los requisitos para explotarlos son cada vez más complejos, aunque existan herramientas de código abierto para ello como Hadoop o tecnologías como el superordenador Watson de IBM. El sombrero rojo son las emociones. Lo que más duda suscita es lo que puede venir. ¿Qué tecnologías hay detrás de Big Data?, ¿cuál es el coste?, y ¿los beneficios? El sombrero amarillo es lo positivo. Las TI funcionan y la explotación de los datos dan una vi-

sión que antes no se tenía. El sombrero negro es lo negativo. Lo malo es el ruido mediático que hay en torno a Big Data, y que ahora se apoya en tecnologías emergentes sin que existan aún soluciones maduras. Hay una especie de síndrome de Diógenes digital que lleva a preocupaciones como los aspectos de seguridad, privacidad, culturales...

El sombrero verde es lo creativo. Big Data es un potenciador del resto de líneas tecnológicas. Están apareciendo modelos que mezclan Big Data con cloud dando lugar a analíticas, entornos colaborativos... Y el sombrero azul es la visión y experiencia de Atos, cuya Comunidad Científica está definiendo los marcos para que las empresas puedan aprovechar el Big Data en escenarios como el smart grid, smart metering... con modelos analíticos.

## El método Kanban en los procesos de TI

En el entorno empresarial actual se requieren respuestas con velocidad y calidad, para lo cual surgió el Lean Management, una metodología focalizada en la generación de valor para el cliente, a través de la eficiencia y la transparencia. Lean se acuñó en 1990, pero su origen se remonta a los sistemas Kanban de Toyota de 1950. Como esclarece Óscar Garrido, responsable de Lean IT Delivery de Atos, "antiguamente, en las cadenas de automoción se generaban 'stockages'; pero con el método Kanban, que funciona mediante señalizaciones, se eliminan ya que la demanda tira de la producción garantizando el flujo de componentes. Aplicando este sistema a los procesos de una compañía, Atos señala que hay que aplicar cinco elementos: visibilidad (saber todo lo que ocurre en el servicio); reducción del trabajo en

curso pues hay relación directa en la calidad del producto (mayor) respecto a la duración de las iteraciones (menor); mediciones para reducir las fuentes de variabilidad; políticas sencillas y respetadas que rijan el funcionamiento del proceso; y la mejora continua.

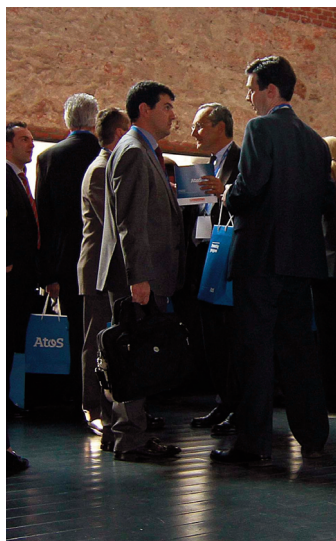
BBVA es una de las compañías que ya lo ha probado, y como ha garantizado Arturo Hortal, director de mantenimiento de sistemas abiertos de BBVA, funciona. "Teníamos dificultades de seguimiento en el nivel de servicio, queríamos una gestión más eficiente, motivar al equipo de mantenimiento, y una solución integradora. Lo hemos conseguido, y además, hemos mejorado la agilidad en el tiempo de respuesta al cliente, eliminado consultas, optimizado la resolución y superación del servicio, y una mayor productividad del equipo", destaca.

## La visión del Cloud de Atos pasa por la orquestación de nubes

La evolución del cloud computing empezó con la aparición de nubes privadas; luego llegaron las nubes públicas. Más tarde se habló de nubes híbridas, donde Atos, aboga por la interconexión entre los diferentes clouds. Según indica Paul Albada, Head of Portfolio Development Siemens Global Partnership de Atos, "en este escenario, hay multitud de proveedores con diferentes plataformas; y cada departamento de una organización tiene una solución cloud diferente con funcionalidades que incluso se solapan, sin orquestación ni control global de los procesos. Esto en gestión lleva a una complejidad muy elevada". Por eso, desde Atos proponen una orquestación ejecutada en nubes públicas o privadas para dar un control global a todos los procesos en las distintas nubes; una solución global donde hay integridad en las transacciones, cumple con las políticas establecidas de la compañía, SLAs de los distintos proveedores y las normativas de cada país, permite monitorizar y disminuir los riesgos de gestión.

## La compañía Zero email™

El Chairman y CEO de Atos se ha propuesto llegar a ser una compañía Zero email™ en el plazo de tres años, ya que gestionar el correo electrónico es un problema (el 33% de los usuarios tardan entre dos y tres horas al día). "El problema es que el email se usa para todo: para asignar tareas, la vida personal... es como utilizar una navaja suiza para preparar la cena", observaba Jan Krans, responsable de esta iniciativa de Atos Global Consulting. Para acabar con esto, en Atos están siguiendo dos tendencias: evolución, reduciendo poco a poco el tamaño de la bandeja de entrada con buenas prácticas; y la tendencia de transformación utilizando en paralelo otras herramientas de comunicación para ser más eficientes. "El compendio es ser como una orquesta donde yo soy el director. Hay que elegir el instrumento que mejor suena (portal web, blog, redes sociales, gestor documental...) en lugar de optar siempre por el email", concluyó Jan Krans.



Javier Ávila, director de Global Innovation and Business Strategy de Atos Iberia

# "Las redes sociales nos abren la puerta a iniciativas como la de Zero email™"



### ¿En qué áreas se fundamenta su estrategia de innovación?

Básicamente, en cuatro pilares. Movilidad, centrada en proporcionar movilidad inteligente basada en el contexto. El objetivo es capturar información contextual, analizarla y con ella crear nuevos servicios centrados en el usuario, pero de los que se beneficiarán las empresas. Otro área son las redes sociales. Las derivadas del uso masivo de estas redes tanto para uso personal como profesional nos abre la puerta a iniciativas como la de Zero email™. Esta nueva forma de comunicarse ofrece la posibilidad de que el correo electrónico, que es una gran tortura, sea sustituido por herramientas mucho más fáciles de utilizar y amigables.

El tercer foco es la tecnología cloud. Atos es muy activa en cloud computing. Tenemos grandes proyectos de colaboración europea como Helix Nebula; y hemos formado alianza con dos empresas de gran reputación mundial como son EMC y VMware, con las que hemos creado Canopy para ofrecer servicios cloud a nuestros clientes; y con Microsoft para la plataforma Azure. Y el cuarto área es el Big Data. Siempre se ha identificado la

inmensa cantidad de datos que tienen las organizaciones como algo que se mete en un armario tecnológico. En realidad, es un activo y si la tecnología nos ayuda a analizar esa información de manera eficiente podemos obtener muchos retornos como un conocimiento mucho mayor de nuestra clientela, segmentación de sus criterios de compra, hábitos sociales, u orientar nuestra estrategia para mejorar la reputación corporativa.

### ¿Podría especificar más qué es la iniciativa Zero email™?

Hace dos años, nuestro presidente se planteó un reto: ser una empresa Zero email™ para finales de 2013. Todos estamos invadidos de una gran cantidad de correos, que llegan a colapsar el trabajo diario de las personas y organizaciones. Por eso, en esta primera etapa, intentaremos usar lo menos posible el email para nuestras comunicaciones internas, utilizando otras herramientas colaborativas más eficientes y avanzadas como el chat interno, repositorio de datos..., que ya se están empujando a poner en práctica en la organización. Es un camino difícil, pero al final nos reportará beneficios en los ne-

gocios y en la manera de trabajar. La segunda etapa se aplicará a nuestras comunicaciones con los clientes y proveedores. De hecho ya se está ofreciendo a nuestros clientes whitepapers, publicados por nuestra comunidad científica, para que también puedan aprovechar esta eficiencia en las comunicaciones.

### ¿Cómo está impactando la movilidad en los Big Data?

Al final, un dispositivo móvil se convierte en un capturador de información, ya sea geolocalización, perfil de compra o preferencias de cualquier usuario. Todos estos datos se pueden utilizar inmediatamente para mejorar las experiencias del usuario en procesos de compra o localizar un servicio como una sucursal bancaria, estación de servicio... Pero también, mejorar multitud de procesos de negocio. Por tanto, creemos que todos esos datos se pueden utilizar para que las organizaciones tengan una mayor proximidad con sus clientes ofreciéndoles servicios personalizados, que ayuden también a fidelizar. Cuesta diez veces más fidelizar un cliente, que capturarlo. Y la mejor manera de mantener al cliente es conociéndolo.