

La digitalización de documentos o los servicios de impresión gestionados ayudan a eliminar el papel

Oficina sin papeles, ¿sueño o realidad?

Desde la invención de la máquina de escribir, las oficinas han ido acumulando montañas de papeles, que se vieron acrecentadas con la llegada de

los PC e impresoras. Afortunadamente, el email, Internet y las redes sociales, han contribuido a reducirlo drásticamente, aunque aún no es suficien-

te. El papel sigue reinando. Lo confirman cifras como que el 77% de los PDF adjuntos en un email se imprimen, así como el 31% de los faxes digitales.



● Una de las maneras más simples de eliminar el papel de los procesos de negocio es evitar que llegue al edificio. Una tarea nada fácil, en verdad, pero tampoco complicada. Se pueden aplicar fórmulas como subcontratar el procesamiento y digitalización de documentos, utilizar software de captura de datos y gestión del contenido empresarial (ECM), servicios de impresión gestionados, canales de comunicación alternativos como el email, web o red social, plataformas de mensajería y colaboración en tiempo real... o, como plantea Ricoh, redirigir las inversiones hacia aquellos procesos documentales menos eficientes que suelen estar directamente relacionados con el riesgo empresarial.

El informe de IDC, 'It's Worse Than You Think: Poor Document Processes Lead to Significant Business Risk', demuestra que las compañías están destinando poco dinero para mejorar los procesos de negocio que están basados en documentos y diseñados para mitigar riesgos como la evaluación de la continuidad del negocio, el seguimiento y control de la compañía o los procesos de cumplimiento y auditoría. Es por este motivo, que

Ricoh propone a las empresas dedicar más tiempo a entender y mejorar estas áreas.

Persiguiendo ahorro de tiempo y dinero

Mejorar las opciones de búsqueda de la información y el intercambio de documentos son dos de las mayores razones que llevan a las empresas a implantar soluciones de gestión de procesos documentales, sobre todo, en aquellas compañías dispersas geográficamente. Pero, otros factores son también optimizar la productividad de los procesos, reducir los costes de almacenamiento, cumplir con las normativas regulatorias, responder más rápidamente a clientes, ciudadanos o empleados, y disminuir el gasto de papel, correo, transporte y la logística relacionada con la documentación, entre otros.

Por ejemplo, mejorar la gestión electrónica de los documentos en un único archivo digital y centralizado ha sido el objetivo del grupo Aranzazu Hoteles, que ha incorporado una solución de información de gestión documental (DIFS - Digital Image File System) de Spyro, que le permite ordenar todos los documentos que quedan integrados en una base

de datos; así como eliminar el papel innecesario de las oficinas y duplicidad de información.

Del mismo modo, disminuir los tiempos de trabajo y favorecer el ahorro en papel y consumibles era igualmente el objetivo, en este caso, del Granada C.F, que ha renovado sus equipos de impresión con Kyocera para mejorar su gestión documental en el entorno de trabajo. O de Globalia, que ha confiado en los

Málaga ahorrará 800.000 euros al externalizar el soporte de su parque de impresión

servicios gestionados de Ricoh, para optimizar sus procesos documentales y actualizar su infraestructura de gestión de documentos, con el objetivo de incrementar su productividad.

Dentro de los procesos documentales, la gestión de albaranes es un punto crítico para muchas organizaciones, como Salvesen Logística, que imprime unos ocho millones de documentos al año. Para automatizar la gestión de este proceso, este distribuidor de

mercancías alimenticias ha implementado la solución Remote Office Printing de Doc-Path, que le permite digitalizar estos documentos almacenándolos controladamente, lo que revierte en una mejora de los procesos de control interno, y en la fiabilidad y garantía de los servicios que ofrece.

Igualmente, Ceosa, Fundosa Grupo y Fundación ONCE han eliminado sus facturas en papel (gestionan un volumen de 500.000 facturas) gracias a la solución Invoice Cockpit de ReadSoft; y Radiotelefono Taxi de Madrid, que ha reemplazado la factura tradicional en papel por la digitalizada transmitida de forma electrónica a través de Internet con la solución eFactura de Seres.

Conviene destacar que avanzar hacia una 'oficina sin papeles' no es exclusividad del ámbito privado. El sector público español también está en camino hacia una Administración sin papeles, propulsado por la popular Ley 11/2007 de acceso electrónico a sus servicios. Además, la actual coyuntura económica está provocando que las instituciones lleven a cabo importantes medidas de aus-

La Oficina sin Papeles en cifras

- El consumo de papel y número de fotocopiadoras ha decrecido en el 35% de las organizaciones analizadas por IDC y Ricoh, pero no así en las grandes empresas, donde en realidad ha aumentado un 32%.
- El espacio físico destinado al almacenaje del papel cada vez se está reduciendo más (ahora está en el 15,3% de la dimensión de una oficina), pudiendo llegar al 7,4%.
- Mejorar el intercambio de datos y las opciones de búsqueda son los dos factores clave que impulsan las inversiones en soluciones de captura y escaneado. Les siguen aumentar la productividad y reducir el espacio de almacenamiento.
- De media, las empresas que usan soluciones de captura y escaneado, consideran que estas aceleran por seis los tiempos de respuesta a clientes, proveedores, ciudadanos o empleados.
- El 42% de las compañías que han invertido en tecnologías de captura y escaneado han recuperado la inversión en 12 meses o menos; y el 57%, en 18 meses o menos.
- El 21% de las organizaciones europeas analizadas tiene previsto incrementar sus inversiones en servicios de outsourcing de los procesos documentales.
- El 38% de las empresas tienen empleados equipados con dispositivos móviles para capturar documentos o formularios. Solo el 14% utiliza escáneres portátiles; el 6%, smartphones o tablets; y el 4%, sistemas OCR.
- El 12% de las compañías tiene previsto llevar a cabo una estrategia de despliegue cloud para los procesos relacionados con documentos.

Empresas en riesgo

Directivos de todas las áreas, responsables de procesos de negocio y personal trabajador en el mundo de la información de todo el mundo, han afirmado, en una investigación de Ricoh e IDC, que sus compañías han experimentado graves consecuencias derivadas de las ineficiencias en sus procesos documentales, entre las que se incluyen:

- Incumplimiento de los requisitos normativos
 - Importante brecha en la seguridad informática
 - Necesidad de efectuar una importante auditoría
 - Grave crisis en la imagen pública de la compañía
 - Pérdida de clientes muy importantes o de colaboradores clave
- El motivo: errores en los procesos documentales. Mientras que los directivos encuestados ven improbable que estos procesos fallen y creen que si ocurriera, sólo comportaría un riesgo corporativo moderado, el estudio ha desvelado justamente lo contrario. Los problemas en los procesos documentales son muy probables, dejan a su compañía en situación vulnerable frente a costes adicionales y comprometen su crecimiento económico.

Por último, más allá de los ahorros de costes, el cumplimiento normativo también está impulsando la inversión pública en una gestión más correcta de la documentación. Lo demuestra el proyecto de la Dirección General de Tráfico (DGT), que para cumplir con las Normas Técnicas de Inte-

operabilidad del ENI de la Ley 11/2007, ha encargado a Tecnomcom el desarrollo y puesta en marcha de un sistema de gestión documental corporativa que le permite consolidar la gestión, custodia, destrucción y transferencia de los expedientes administrativos de las diferentes unidades del organismo.

CSC le invita al evento de presentación del **BARÓMETRO CIO 2012** TODO SE TRANSFORMA

27 DE SEPTIEMBRE DE 2012 | DE 9:00 A 11:00 HORAS

HOTEL HESPERIA MADRID | PASEO DE LA CASTELLANA, 57

INSCRIPCIÓN

La inscripción al evento es gratuita. El aforo de la sala es limitado, por lo que se ruega confirmación de asistencia.

**Por teléfono: contacte con Aitor García
en el 93 236 09 00**

Por e-mail : agarcia@webershandwick.com

TRANSFORMACIÓN DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN

Mesa redonda moderada por **AMBROSIO RODRÍGUEZ**,
Director de la revista **Computing**. Con la participación de:

José María Gallo, Responsable de TI. **AC Hoteles**

Joaquín Reyes, CIO. **CEPSA**

Luis Herrero, Organization, Supply Chain and IT Director.

LEROY MERLIN

Joan Clotet, Business Unit CIO - Servicios

CESPA (Grupo Ferrovial)

David Gracia Muñiz, Head of Internal IT Spain.

BRITISH TELECOM ESPAÑA

Victor Cuatrecasas, Director General. **CSC ESPAÑA**



computing
ESPAÑA

Conocer los diversos tipos de contenido y sus usos es el primer paso para sacarle mayor partido al ECM

El mercado de la Gestión de Contenidos comienza a superar el bache de la crisis

Los tiempos cambian y las prioridades también. Con la desaceleración económica, las empresas han comenzado a demandar más funcionalidades

a sus herramientas de ECM, ya que, si en el pasado la prioridad se centraba en el cumplimiento normativo, ahora es más importante tener la posibili-

dad de obtener la mejor información posible para cada usuario de negocio. Aquí se ofrecen algunos consejos para poder exprimir todo el jugo al ECM.

LUCÍA BONILLA

Entre los años 2007 y 2009, cuando comenzaba a gestarse el desplome financiero, el ECM o Gestión de Contenidos Empresariales, se consideró como “algo positivo a tener en cuenta”, aunque no era un aspecto primordial, puesto que el objetivo número uno era dar prioridad a la reducción de los costes de mantenimiento. Pero ahora la situación ha cambiado dramáticamente, ya que, tal y como constatan consultoras como Forrester, Gartner o IDC, el ECM se ha convertido en una cuestión muy importante, y de hecho, más concretamente, para Forrester, el 71% de las grandes compañías a nivel mundial invertirán en ECM este año, confirmando la necesidad de controlar y gestionar su información.

Igualmente, las prioridades en torno a la propia gestión de contenidos han cambiado, ya que, si bien en 2009 se buscaba una mayor automatización y ‘compliance’, ya en 2011 las organizaciones pedían sobre todo herramientas de tipo colaborativo que faciliten compartir la información, junto con opciones mejoradas de búsqueda. Esto supone una transición de la reducción o control de costes a una mayor eficiencia a través de un contenido más disponible y fiable.

En este proceso de cambio, queda claro que hoy el cloud computing y la movilidad son dos tendencias que cada vez se buscan más. Efectivamente, estos dos aspectos permiten, a la vez que se limitan los costes, hacer una entrega más sencilla de la información a los usuarios, de una manera rápida y adaptada a cada necesidad específica. Además, resulta interesante conocer que,

a pesar de las preocupaciones en torno a la seguridad de los datos, el 40% de las compañías ha demostrado tener una experiencia positiva con el lanzamiento de su ECM a la nube, según constata IDC.

Reducir el riesgo, maximizar el valor

En 2012, el uso primordial que se le da a las herramientas de ECM ya no es para cumplir con requerimientos regulatorios y normativos. Por el contrario, las empresas persiguen la habilidad de obtener mejor la información que es creada y utilizada para el negocio. Esto se traduce en que las empresas miran más aquellas inversiones que mejoran la productividad de la plantilla, buscando, al mismo tiempo, la mejor manera de incrementar el valor que el contenido puede aportar a un determinado puesto.

Pero también es importante destacar que las herramientas de gestión documental no son responsables de una pobre calidad de la información. El problema a veces surge porque se parte de una base empobrecida de taxonomías y definición de los contenidos. En ese sentido, es necesario depurar los datos para que sean lo más fiables y acertados posibles, y para que una solución de ECM pueda devolver información accesible y reutilizable.

Tampoco hay que olvidarse de los usuarios móviles, ya que exigen un acceso equitativo a la información, de la misma manera que si estuvieran frente a la pantalla de un ordenador, y desde cualquier tipo de dispositivo, bien sea tablet, bien smartphone. Y es que el contenido móvil es hoy un requerimiento, no una opción. Otra cuestión impor-



tante a tener en cuenta para obtener el máximo valor de la información es, tal y como evidencia la consultora Forrester, que aquellas corporaciones que utilicen Microsoft SharePoint, sean especialmente cautas para evitar una posible deficiencia en la uniformidad, definición y navegación de la herramienta.

Web Content Management

La gestión de contenidos web o Web Content Management (WCM) merece un apartado especial ya que viene a demostrar el dinamismo de un mercado aún joven pero de vertiginoso crecimiento. Esto es así porque las compañías están comenzando a esperar de sus soluciones de WCM mucho más que una simple gestión de sus sitios web, puesto que demandan una mayor optimización de las interacciones con los internautas que visitan su portal, lo que se traduce en mayores ventas, mayor compromiso con los clientes y mejor información.

Estos requerimientos implican que la oferta WCM de-

be identificar no solamente quién es la persona que está detrás de la pantalla, sino detectar también sus necesidades y, en función de ello, ofrecer contenido relevante específico para cada visitante a la página, independientemente de dónde provenga el contenido. En definitiva, las herramientas WCM deben ser diferentes para cada compañía, dependiendo de la naturaleza de su negocio. A la hora de elegir una herramienta de este tipo, es recomendable tener en cuenta su importancia para el negocio y no solamente para la productividad, escoger una tecnología que facilite una optimización de todos los canales, que sea fácilmente integrable, y, adicionalmente, no hay que desestimar las opciones basadas en la nube.

De acuerdo con el último Cuadrante Mágico de Gartner sobre el posicionamiento de los fabricantes WCM, los mejor valorados en la categoría de ‘Líderes’, son HP-Autonomy, Oracle, Adobe, Open Text, SDL y SiteCore.

El secreto para elegir al mejor proveedor de ECM

El problema no es la falta de oferta, sino el no saber por dónde empezar. Tal y como evidencia Alan Weintraub, analista de Forrester, muchas compañías cometen el grave error de emprender una selección de proveedores sin haber entendido previamente la manera en que sus usuarios encuentran y utilizan el contenido. Así, las implementaciones más exitosas de una herramienta ECM comienzan no por una mera selección de herramientas, sino por un profundo conocimiento del contenido de la compañía. Conocer los diversos tipos de contenidos, sus usos y posibilidades de almacenamiento, es el primer paso fundamental para sacar el mayor partido de los proyectos de esta envergadura. Para ello, Forrester propone la creación de un Plan de Contenidos que, de forma esquemática, permita alcanzar una estrategia adecuada y elegir al mejor proveedor. Dicho plan debe:

- Establecer siempre como pre-requisito antes de elegir e implantar cualquier solución, un mapa que permita comprender la importancia de los contenidos en la organización, y establecer dónde y de qué manera deben almacenarse.
- Utilizar ese mapa para desarrollar una estrategia de custodia de la información que permita identificar a los dueños de un contenido. De esta manera se garantiza una mayor integridad y políticas de acceso.
- Considerar el mapa de contenido como un documento vivo. La información se sigue multiplicando, y las necesidades de los trabajadores, también. Las organizaciones deben revisar periódicamente sus estrategias de ECM para saber en qué medida han podido cambiar las prioridades.



No corras riesgos, apuesta por la experiencia.

Siete años de experiencia con más de 200 clientes hacen de nosotros el partner de confianza para soluciones cloud.



www.t-systems.es



Renueva su sitio web y agiliza su canal de marketing dinámico

Loterías y Apuestas del Estado gestiona la experiencia Web con OpenText

● La Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado (LAE) es una sociedad dependiente de la Dirección General del Patrimonio del Estado, adscrita a su vez al Ministerio de Economía y Hacienda. Con más de dos siglos de historia, la principal actividad de LAE es la gestión, explotación y comercialización de las loterías y juegos de ámbito nacional en sus distintas modalidades. LAE comercializa los juegos a través de su web oficial y de su red comercial, compuesta por más de 15.000 puntos de venta que integran el Canal LAE: más de 8.500 pantallas donde se muestra información sobre los resultados de la lotería, la quiniela, la lotería primitiva, los próximos juegos o botes especiales, así como promociones de terceros anunciantes.

La entidad necesitaba una solución completa para la Gestión de la Experiencia Web que cubriera la Gestión de los Contenidos Empresariales (ECM) y que permitiera el suministro eficiente de contenidos personalizados para el usuario final, integrando, a su vez, aplicaciones sociales con capacidades analíticas y de auditoría. Para ello se decantó por la tecnología de OpenText, por mediación de su partner Vilt.

“Según datos del EGM, a principios de 2012 el portal www.loteriasyapuestas.es se situaba en el octavo puesto en el ranking de webs de mayor penetración en España, por tanto la renovación de nuestro producto de gestión de contenidos, piedra angular de la plataforma, se ha convertido en una necesidad real para atender las nuevas expectativas de rapidez y fluidez a la hora de hacer visibles los contenidos de la empresa al público”, indica Ignacio Lázaro Sanz, gestor de Proyecto de Canales Interactivos en Sistemas Técnicos de Loterías del Estado.

Para Sanz era fundamental que “la solución nos permi-

tiese modificar contenidos de forma ágil sin tener que hacer desarrollos, ni pruebas de test de producto. Además, LAE tiene una serie de peculiaridades que era necesario cubrir: en determinadas fechas nuestro volumen de visitas crece de forma espectacular, como el día del sorteo de Navidad o el Niño, por lo que necesitamos crear mini-sites especiales para asumir todo ese tráfico. Esto nos generaba mucho trabajo”.

Otro objetivo importante era la posibilidad de acceder a todos los contenidos a través de distintos canales, no sólo vía web, sino también a través del móvil. “Con un gestor de contenidos como OpenText se puede modificar la apariencia sin necesidad de tener que cambiar de nuevo el software. Por supuesto, la integración con las redes sociales ha sido otro punto a favor. Otro de los principales requisitos era que se integrara totalmente con nuestra plataforma de juegos”, expone Sanz.

Otras opciones

En el segundo trimestre de 2011 se plantea el cambio y se decide realizar un estudio de mercado sobre diferentes productos CMS del mercado que cumplieran las expectativas fijadas. Se evaluaron otras soluciones como Fatwire (Oracle) o Agile Contents y, tras su estudio, se comprobó que podrían ser válidas en cuanto a capacida-

La oferta del partner Vilt fue decisiva para seleccionar la tecnología de Open Text

des, porque las necesidades no eran tan sofisticadas como las de un medio de comunicación. En vez de seleccionar uno, se decidió finalmente hacer una licitación ya que la capacidad de integración con



la infraestructura existente resultaba primordial.

En dicha licitación se valoraba tanto el producto como la infraestructura hardware a implementar, así como la capacidad de desarrollo para la migración del producto. La elección de OpenText vino

motivada por la gran oferta que hizo en su momento Vilt en cuanto al proyecto y el nivel de detalle de la misma.

Así lo explica Lázaro Sanz: “la oferta presentada por Vilt estaba muy bien estructurada,

se aportaba una solución técnica a cada requisito funcional desglosado, algo que para nosotros era muy importante”. Vilt se presentó en forma de UTE con TecnoCom. La oferta del hardware era homogénea y mejoraba los requisitos que se exigían y se acoplaba perfectamente con la arquitectura de la casa. En cuanto a OpenText, su precio era el más económico a la larga debido a que el coste de mantenimiento resultaba ser menor en comparación con el del resto de las ofertas presentadas. Vilt contaba con un as en la manga: su anterior experiencia con clientes como Banco de España o La Caixa.

En definitiva, la inversión total del proyecto ascendió a 150.000 euros que se repartieron en hardware (90.000 eu-

ros), software (850.000 euros) y servicios (400.000 euros).

Fases del proyecto

El proyecto se ha organizado de forma clásica: análisis, desarrollo, test y pruebas, pruebas de aceptación hasta la puesta de producción. Como apunta Lázaro Sanz, “la fase de desarrollo nos llevará unos ocho meses que acabarían en principio el próximo mes de diciembre o enero de 2013. En ella además de suprimir el actual gestor de contenidos para suplirlo por OpenText, se llevará a cabo todo el desarrollo de integración que conlleva el producto. En cuanto a las pruebas de integración y aceptación está previsto que duren tres meses. El proyecto entrará en producción a finales del primer trimestre de 2013.

Según Sanz, los principales beneficios son la capacidad para modificar contenidos de forma ágil y la posibilidad de subirlos a todos los canales online no solo en la web sino también en móvil e incluso televisión interactiva. “Asimismo, podremos asumir sin problemas volúmenes de tráfico y de visitas como el que tenemos actualmente y lanzar funcionalidades de manera rápida y sin un coste excesivo. Por último, cabe destacar la integración total con nuestra plataforma de forma que no haya roces entre los distintos módulos que la componen”, concluye el responsable de canales interactivos.

Soluciones implantadas

● Loterías y Apuestas del Estado ha seleccionado la tecnología de Gestión de la Experiencia Web de OpenText para renovar su sitio web oficial, www.loteriasyapuestas.es, y gestionar los contenidos publicados en su canal de marketing dinámico, Canal LAE.

● Concretamente la entidad ha adquirido la plataforma OpenText Web Experience Management, para la gestión de la experiencia online del usuario; las soluciones de portales OpenText Portal y OpenText Dynamic Portal; OpenText Social Communities, para el despliegue de aplicaciones sociales, y OpenText Web and Social Analytics, para monitorizar y medir la actividad social.

● Hasta el momento, LAE contaba con un gestor de contenidos Web de desarrollo propio para controlar y gestionar todos los contenidos generados en Internet.