

NACEN NUEVOS SERVICIOS QUE URGE A LAS EMPRESAS ADOPTAR

Los usuarios marcan las reglas de juego en TI

Texto

Rufino Contreras

El Foro Tendencias TIC de Computing ha querido poner de relieve las principales propuestas tecnológicas que están en el mercado. Con la colaboración de Itconic, Konica Minolta y SimpliVity Spain, Computing ha reunido a directivos de organizaciones privadas y públicas para contrastar si los mensajes de transformación digital que cunden en la oferta se materializan en la experiencia práctica de la demanda. Como introducción, María Camacho, directora de Demanda de Penteo, ha sido la encargada de dibujar un panorama con tintes positivos y que apunta una mayor inversión tecnológica de las organizaciones.

María Camacho constata que “continúa consolidándose la recuperación en la capacidad de invertir en tecnología. Esta recuperación es paralela a la relativa mejora de la posición del sector TIC en España”. Según la analista, “las compañías más pequeñas continúan esforzándose re-

duciendo gaps tecnológicos... a lo que hay que añadir la digitalización de los procesos de papel”.

Para Camacho, “se mantiene la necesidad de variabilizar, aunque exista una cierta indefinición en el reparto de los costes entre los departamentos de tecnología y negocio. Los motivos tecnológicos siguieron estando en el origen del aumento del OPEX en 2015”.

Una encuesta de Penteo concluye que los presupuestos TI del CIO crecerán un 2,6% por ciento de la mano de la mejora económica y de la necesidad de superar la obsolescencia tecnológica. Todos los sectores de actividad aumentarán sus inversiones, en especial banca, seguros y utilities, salvo la Administración Pública que permanece con sus recortes estructurales.

La experta explica que las compañías medianas y pequeñas (sobre todo) intensificarán en 2016 la mejora de sus plataformas TI para consolidar el escenario digital. “Ello se refleja en un mayor peso de los cambios tecnológicos a petición del negocio (19%) y, al mismo tiempo, desciende el peso del gobierno TI y gestión”.

Entre las prioridades tecnológicas, el informe de Penteo señala Business Intelligence y Analytics en primera posición, y crecen los casos de incremento en CRM y proyectos satélites: apps centradas en el cliente. “El crecimiento de software a medida va a ser producto de la adaptación de los sistemas de las organizaciones a modelos multidispositivo y a la sistematización de apps móviles”, concluye la experta.

La hora del usuario

En cualquier foro de la industria, la transformación digital se ha convertido en el principal argumento de modernización de la mano de las TI. Pero ¿qué sucede en las empresas españolas?, ¿hasta qué punto están embarcadas en las nue-

Francisca Huélamo y Ángel Blanco exponen su visión digital en el Foro Tendencias TIC, moderado por Ambrosio Rodríguez.



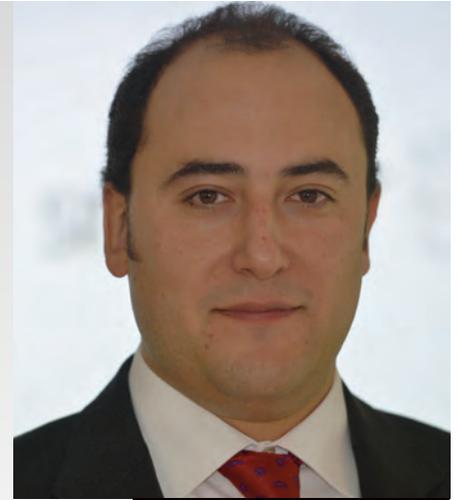
“OFRECEMOS UNA SOLUCIÓN HÍBRIDA REAL AL MERCADO”

Itconic ha vivido una gran transformación, tras abandonar la tutela de Schneider Electric, y ha empezado de cero para ser un referente como empresa de servicios y gestión de infraestructuras. La compañía cuenta con cinco centros de datos en la Península (dos en Madrid, Barcelona, Sevilla y Lisboa) y, como resume Javier Gómez, “aspiramos a ser un bróker de infraestructuras”.

Otro gran objetivo es consolidarse con proveedores cloud, apostando por la nube híbrida. “Ahora somos partners de empresas que antes eran competidores pero el mercado así lo ha dictado. Es el caso de Amazon Web Services y de Microsoft Azure”. La nube ha crecido a un ritmo que se les ha ido de las manos a muchos proveedores y ha cambiado el panorama. Cuando Amazon se creó en 2006, Telvent Global Services (ahora Itconic) era líder en almacenamiento. “Muchas utilities están migrando a Amazon y abandonando el modelo de outsourcing”, explica el técnico.

Como si fuera una startup, Itconic ha apostado por los servicios web migrando su plataforma tecnológica al cloud computing. Desde el punto de vista de proveedor, la infraestructura híbrida es su respuesta al mercado. “Ahora somos dueños de nuestro destino y hemos cambiado la forma en que entregamos los servicios. Alojamos a todos los operadores y somos neutrales. Facilitamos el acceso y hemos creado una plataforma para que se conecten de una forma segura”, explica el técnico. Itconic permite la conexión directa con Amazon y Azure y en 2016 va a conectar a sus clientes con SAP y Salesforce. “Hemos enajenado la factoría de software y nuestro offering actual se estructura en torno a la gestión de infraestructuras, cloud computing, servicios gestionados y ciberseguridad”, continúa Gómez.

Su apuesta por la infraestructura se traduce en servicios bajo demanda. Así



Javier Gómez, Director Comercial de Itconic.

lo explica el directivo: “nuestra plataforma permite visualizar redes públicas y nuestros clientes pueden mover cargas entre nubes. Ofrecemos una solución híbrida real al mercado”.

vas tendencias y cómo las llevan a la práctica? Para debatir sobre estos puntos, Francisca Huélamo Media, directora de TI e Innovación de Air Miles España y Ángel Blanco, director de Organización, Procesos y TIC, y Digital del grupo Quirón Salud, contrastaron su quehacer diario, sus responsabilidades y su modo de aproximarse al negocio, con las TI como eje transversal.

Francisca Huélamo aseguraba que la dirección de su empresa está involucrada en la transformación digital. Existe una figura en marketing que participa en el negocio y que trabaja en tándem con el departamento TIC. “Para nosotros las cuatro áreas son negocio: marketing y comercial, operaciones, tecnología y financiera”. Esta firma, que opera Travel Club, cuenta con seis millones de socios, de los que el 80% están migrando a digital. En el caso de Quirón, un conglomerado de hospitales y clínicas, está inmerso en la reingeniería de procesos. El propio Ángel Blanco tiene entre sus responsabilidades los procesos y el ámbito digital dentro de un gran grupo que cuenta con 25.000 empleados y está compuesto por 45 hospitales (Fundación Jiménez Díaz, Ruber, etc.).

El servicio asistencial está tendiendo a la concentración, pues no es posible prestar servicios de forma aislada, por ser globales. “La transformación digital no es que sea un soporte del negocio sino que es el propio negocio en sí el que se transforma”, afirma. Hay servicios que no existían y ahora son necesarios, lo cual afecta a la estrategia de prestación. Existe un nivel horizontal en relación con los pacientes. “Antes teníamos urgencias y ahora tenemos que funcionar durante 24 horas tanto para asuntos urgentes como para no urgentes. Se puede reservar cita médica, consultar al médico y acceder a expedientes. Si no somos capaces de transformarnos para una relación diferente con los usuarios, habrá otras empresas que lo harán y nos subcontratarán la infraestructura. No quiero ser proveedor de infraestructuras sanitarias; las aseguradoras han hecho lo mismo que Amazon”, alerta Blanco, para quien el usuario siempre tiene la razón.

Transformadores del negocio

Francisca Huélamo tiene una amplia formación en Coaching personal, ejecutivo y de equipos, lo

Los presupuestos TI del CIO van a crecer un 2,6% en 2016 de la mano de la mejora económica y de la necesidad de superar la obsolescencia

“ALGUNOS PROCESOS AUTOMATIZADOS OFRECEN AHORROS DEL 70%”

Charles Darwin habla de la adaptación como el gran motor de supervivencia. Para las empresas, explica Antonio Ramírez, “el paradigma no es ser más fuertes sino ser más rápidas. En el mundo digital, el pez pequeño se come al grande”. El mundo actual lo concibe el Director de Marketing con la terminología bélica acuñada en la guerra de Irak: VUCA (Volatile, Uncertain, Complex, Ambiguous). “En los negocios sucede lo mismo, vemos situaciones volátiles que afectan a la macroeconomía”, argumenta Ramírez.

En la transformación es clave digitalizar y automatizar los procesos. “En nuestras encuestas, las empresas se muestran proclives a digitalizar la comunicación económica con sus clientes, procesos como facturación o notas de gastos de los empleados. No quieren que el hardware impida que el proceso sea digital, quieren servicios”, detalla el directivo. Además de la integración, la seguridad

es esencial, “un proceso digital es más fácil de ser saboteado”, matiza el directivo.

En cuanto a la transformación digital, Antonio Ramírez considera que vamos muy retrasados con respecto a otros países, “solo el 42% de nuestras empresas están en pleno proceso de cambio. El empleado, y muy especialmente el directivo, tiene que ser el motor de la transformación. Se trata de un cambio de modelo de negocio, no tecnológico”.

Ramírez apunta que hay procesos que no son ‘core’ como los gastos, que una vez automatizados proporcionan ahorros de hasta el 70%. “Otro caso son las facturas, un proceso que da muchos quebraderos de cabeza e implican a varias personas. La idea es automatizar el proceso, leyendo las facturas en cualquier formato y conectar con el ERP sin intervención humana salvo para las aprobaciones”, abunda Ramírez. De esta manera se obtienen beneficios operativos y financieros, todo



Antonio Ramírez, Director de Marketing de Konica Minolta.

personalizado para el cliente, control de acceso seguro y gestión de documentos en tiempo real, con la ventaja temporal y de valor añadido.

El papel del coach es acompañar en la consecución de los objetivos estratégicos. El CIO está involucrado en el negocio e impulsa la innovación

que enriquece su función de CIO a la hora de gestionar y coordinar equipos, entender el negocio y acompañarlo en la definición y consecución de objetivos estratégicos. “Los CIO han de estar totalmente involucrados en las áreas de negocio e impulsar la innovación y la generación de oportunidades”, describe la experta, que resume este rol en tres aspectos: “coaching, innovation and oportunités”. Desde su punto de vista, es crucial escuchar las estrategias de usuarios, accionistas y patrocinadores, que son dispares: “gestionamos los programas de fidelización de accionistas de la talla de Repsol o Eroski y de más de 200 patrocinadores a los que hay que escuchar de forma activa, entender su negocio y aportarles soluciones de valor”, explica Huéllamo. “Es importante estudiar la estrategia de cada compañía en particular y aplicar la tecnología y la innovación a cada negocio de forma exitosa”.

Ángel Blanco considera clave conocer el negocio para marcar tendencia. “En nuestro caso, el usuario que está más abajo en nuestra organización está más cualificado que la propia IT y respeta el liderazgo en función del conocimiento. El rol del CIO ya no es solo tecnológico sino

que debe estar formado en gestión y funcionalmente tener conocimientos de diagnóstico y tratamiento. Hemos evolucionado de un plano industrial al informático. Un TAC se diferencia por el software y nuestros periféricos son equipos que cuestan millones de euros”.

Tendencias TI para 2016

Tanto Air Miles como Grupo Quirón se muestran muy activos en la utilización de tecnologías de vanguardia. En el primer caso, como describe su portavoz, “los principales proyectos tienen que ver con la movilidad y con una estrategia de contacto con el cliente mucho más personalizada. También estamos volcados en el Big Data, analítica y la nube. En movilidad llevamos desde 2004 cuando realizábamos envíos en SMS, pero ahora el móvil es el centro de nuestras prioridades y nuestra estrategia se resume en el concepto ‘Customer Mobile First’, para atender los requerimientos de la Generación Conectada que ya no distingue de edades. La web también es importante, hemos introducido el ‘responsive web’ en nuestro portal”.

Para el Grupo Quirón, uno de los grandes proyectos es la externalización de la infraestruc-

“TRANSFORMAMOS EL CPD CON UN CONCEPTO MODULAR”

Con la virtualización y el cloud, el panorama TI ha cambiado radicalmente. Así lo describe Alfonso Ramírez, country manager de SimpliVity Spain, compañía especialista en infraestructuras. Ramírez, en su intervención en torno a la transformación de los centros de datos virtualizados, afirma que “en los últimos 15 años se han transformado los CPD pero la arquitectura no se ha modernizado. Antes, en el entorno x86 de Intel y Microsoft, se compraban servidores con almacenamiento y los clientes se acostumbraban a llenar su casa de máquinas”.

El paso siguiente fue la virtualización, la separación del almacenamiento, y se llegó a otra circunstancia: la falta de ocupación de los servidores. “Los clientes iniciaron sus pasos en la virtualización con aplicaciones que no eran críticas, pero posteriormente ya lo eran y empezaron a crear centros de respaldo”, relata Ramírez. En consecuencia, los clientes se

encontraron con centros de datos complejos, rígidos y costosos. Se desplegaron cabinas para el almacenamiento compartido, pero se convirtieron en “cuellos de botella”, explica Ramírez.

Para superar esta problemática, SimpliVity “replica el modelo de los proveedores con un único bloque de construcción, con lo que desaparece la complejidad”. Ramírez lo explica con un ejemplo ilustrativo: “es como si para eliminar los atascos en la ciudad, cada vez que pasa un modelo de coche basta con enviar la información una vez, así se ahorra transferencias de datos redundantes”. Otro aspecto que ofrece esta compañía es la gestión unificada, “cuando un cliente tiene la infraestructura repartida en varios sitios requiere de un control. Damos lo mejor de los dos mundos, (legacy y web) y no obligamos a cambiar las aplicaciones que tienen los clientes. La hiperconvergencia consiste por tanto en reemplazar todos los componen-



Alfonso Ramírez, Country Manager de SimpliVity.

tes en un único módulo, con una arquitectura más eficiente. Y esto se traduce en una reducción de los costes, ganando en temas operativos y de productividad.

tura: “Vamos a delegar los centros de datos, las comunicaciones y los puestos de trabajo con un proveedor. Otro gran proyecto es el portal del paciente en combinación con los servicios presenciales y no presenciales. Vamos a poner toda la información a disposición del paciente en tiempo real. Nos vamos a orientar a procesos y estar en la nube”, ilustra Blanco. Y categóricamente afirma: “si ignoramos el mundo, el mundo evolucionará a nuestras espaldas”, en referencia a la proactividad de usuarios que utilizan la cámara del móvil y el WhatsApp para comunicarse con su médico, saltándose mecanismos tecnológicos establecidos que han costado muchos recursos poner en marcha, porque a la postre son los propios usuarios quienes establecen las reglas del juego.

Dudas en torno al cloud

Pese a que la industria y todos los profesionales cierran filas en torno al cloud computing, hay aspectos contables que chocan con el punto de vista de la dirección de las compañías. Este aspecto lo pone sobre la mesa la CIO de Air Miles: “a la hora de convencer al negocio es más fácil hablar de iniciativas nuevas que aparejan inversiones que tratar

sobre el gasto. Sucede que en cloud computing, al convertirse en pago por uso, es ya un gasto fijo y por lo tanto más complicado de vender. En este punto coincide Ángel Blanco: “en nuestro caso inversión y gasto se reparten al 50%; y la tendencia es que el gasto se vaya imponiendo, aunque siempre resulta más fácil convencer con inversiones”. ■

Asistentes al Foro TIC Tendencias Computing.

