



e-penteo

Entrevista a:

Juan Antonio Zufiría, President Executiu d'IBM Espanya, Portugal, Grècia i Israel

“Smarter Planet: La visió d'IBM cap a un món més intel·ligent”

Amb aquest e-Penteo iniciem una sèrie d'articles en els quals pretenem presentar en aquesta tribuna la visió i enfocament estratègic per als propers anys dels principals actors del mercat a Espanya a través d'entrevistes, i com a complement a les nostres anàlisis de mercat en les quals analitzem l'evolució de les grans companyies a nivell global. En l'e-Penteo d'avui, Juan Antonio Zufiría, president executiu d'IBM a Espanya, Portugal, Grècia i Israel, ens presenta les seves línies estratègiques a curt, mitjà i llarg termini, així com la seva visió sobre el “*Smarter Planet*” (un món més intel·ligent).

Penteo: Quines són les principals línies estratègiques que guiaran les accions d'IBM al mercat TIC en el curt, mitjà i llarg termini?

Juan A. Zufiría: Des de fa anys estem impulsant la idea que tenim la capacitat i l'obligació de construir un món més intel·ligent, és el que anomenem *smarter planet*. *Smarter Planet* implica moviments en tots els sectors de la societat, i està basat en la idea que actualment al món es pot sensoritzar tot, es poden connectar aquests sensors a través de xarxes, i a més, tenim la capacitat d'analitzar tota aquesta informació en temps real per prendre millors decisions. Aquest fenomen ens permetrà reconfigurar els processos econòmics i socials del nostre entorn per fer-los més

eficients. La nostra visió és que les ineficiències provocades per la baixa intel·ligència del món costen a la humanitat un 28% del PIB mundial, alhora que suposen una oportunitat de mercat, valorada en 4 bilions de dòlars. A partir d'aquesta visió, IBM ha articular una oferta de productes i serveis especialitzats en cada sector empresarial, per la qual cosa destinem un 25% dels projectes de R+D+I de la companyia. Això té aplicabilitat en els sectors de l'Energia, transport, banca, salut i té unes enormes implicacions en la tecnologia.

Hem definit quatre línies estratègiques pel seu potencial de creixement per a la companyia, amb les quals preveiem aconseguir un increment de 20.000 milions de dòlars en els ingressos fins a 2015. Aquestes àrees són a) Mercats emergents, en els quals passarem d'un 15% del nostre negoci a un 25% la nostra presència, b) *Business Analytics*, del qual en parlarem després amb més detall, c) *Cloud and Smarter Computing* i d) les iniciatives sota el paraigua de *Smarter Planet*, que he comentat anteriorment.

Pel que fa a *Business Analytics*, a mesura que el món està més connectat i tecnificat, les dades estan experimentant un increment exponencial (la previsió és que es multiplicaran per 29 durant els propers 10 anys fins a arribar a 35 ZB. Un ZB és un 1 seguit de 21 zeros, segons analistes del mercat). El nou context em permet prendre decisions no sobre les dades del passat, sinó del present, i el més important, la millora dels algorismes em permet fer prediccions d'allò que passarà al futur. La nostra visió és que, per sobre del transaccional, guanyarà cada vegada més rellevància aquesta capa de software que interpreta el que succeeix, per canviar-ho. Les empreses necessiten fer servir adequadament aquestes dades i extreuen d'elles tot el seu potencial.

IBM ha estat conscient d'aquesta necessitat des de fa ja uns anys i ha invertit significativament en compondre una oferta de serveis i tecnologies que ajudi les empreses a aconseguir aquest objectiu. Actualment, tenim 8.000 consultors experts en Business Analytics, el major equip no acadèmic de matemàtics, 500 patents en aquesta àrea i hem realitzat una inversió de més de 14.000 milions de dòlars en crear una gamma completa de solucions tecnològiques. Per completar aquesta gamma de tecnologies, hem adquirit 24 empreses especialitzades en BAO (Business Analytics and Optimization) en els últims cinc anys.

Respecte a *Cloud and Smarter Computing*, encara que no creiem que tothom passarà a cloud, creiem que aquest model permet donar resposta a les noves necessitats d'infraestructures provocades pel nou escenari de *Business Analytics* i *Smarter Planet*. L'augment exponencial de dades que estem vivint actualment, provoca que tant les empreses privades com el sector públic necessitin nous tipus d'infraestructures de TI que els permetin gestionar adequadament aquest enorme creixement i que, a més, siguin més eficients.

Responent a aquesta tendència del mercat, hem creat una oferta única de productes i serveis de *cloud computing* que permetin als clients o bé crear els seus propis entorns cloud o bé accedir als serveis que dona IBM a través del núvol.

Segons estimacions d'IBM, el mercat mundial de cloud computing creixerà un 28% fins a aconseguir un valor de 126.000 milions de dòlars al 2012. IBM calcula que al 2015 els ingressos procedents d'aquest segment de negoci seran de 7.000 milions de dòlars.

El model cloud computing s'està assentant a Espanya, prova d'això són els projectes que IBM ha engegat al llarg d'aquest any, així com l'aposta efectuada per ampliar la seva oferta de solucions cloud, i crear un ecosistema amb partners locals.

Penteo: Quina és l'aposta d'IBM respecte l'evolució del seu portafoli de productes i serveis en el curt, mitjà i llarg termini?

J.A.Z.: L'adaptació forma part de l'ADN, del model de negoci d'aquesta companyia, tant de la seva estructura organitzativa com de la seva oferta de productes i serveis. Això ha estat una constant des dels orígens d'IBM, fa ara 100 anys. Malgrat la volatilitat de la indústria de les tecnologies de la informació en l'última dècada, IBM ha aconseguit superar-la i finalitzar 2010 amb un benefici rècord per acció. Per aconseguir això, IBM ha apostat per un mix de productes i serveis de major valor afegit i més rendibilitat, abandonant negocis comoditzats per créixer en software, serveis i solucions integrades.

En els últims 10 anys hem donat un gir important al nostre portafoli, basat en tres grans moviments estratègics: a) apostar per l'espai de valor, deixant d'invertir en el PC, per exemple, i invertint en software i serveis; b) crear una companyia **globalment integrada**, en la qual les operacions d'IBM es realitzen en un sol lloc per a tothom, acompanyant així un pas que ja estaven donant ells; c) buscar ser motor d'innovació per als nostres clients, la qual cosa m'obliga a dedicar, fins i tot en els pitjors anys, un important percentatge del nostre pressupost a l'I+D.

D'aquesta visió s'ha derivat que l'estructura del nostre negoci ha canviat. Si al 2000, l'àrea de hardware representava el 42% dels ingressos de la companyia, al 2010, i després que IBM abandonés la indústria del PC, aquesta xifra es reduïa al 18%, mentre que la divisió de software passava del 14,2% al 22,5% i la de serveis del 37,5% al 56,4%.

La previsió és que el portfoli de productes i serveis d'IBM continuï evolucionant a mitjà i llarg termini responent a les demandes dels clients, la despesa dels quals en IT s'allunya d'invertir en productes únics, per apostar per les solucions integrades (de software, hardware i serveis) especialitzades, que aporten més valor afegit. IBM preveu que la divisió de software generi gairebé la meitat dels seus beneficis l'any 2015.

Per sostenir un portfoli de productes i serveis d'alt valor afegit, IBM compta amb dos pilars bàsics: la seva inversió en I+D+I i la seva política d'adquisicions. L'última dècada, la companyia ha invertit 60.000 milions de dòlars en I+D+I i 32.000 milions de dòlars en 116 companyies, amb l'objectiu de reforçar les seves capacitats en àrees d'alt valor afegit com business analytics, smarter planet, o smarter computing (un nou model d'infraestructures de TI que integrin tres capacitats: gran capacitat de procés i anàlisi de la informació, optimització de càrregues de treball específiques i l'adopció de l'entorn *cloud*).

Penteo: IBM s'ha reinventat com a companyia diverses vegades en aquests 100 anys. Fa 10 anys veu fer un moviment important per convertir-vos en una companyia de serveis. Ara ja ho sou?

J.A.Z.: El nostre moviment cap als serveis va començar en realitat al 93, encara que llavors els nostres serveis eren més tecnològics. Amb la compra de PWC al 2002 ens orientem més a negoci. Com serem dins de 10 anys? Creiem que estem entrant en l'era de la intel·ligència, i creiem que en els propers anys IBM serà el soci que ajudarà als seus clients a crear negocis més intel·ligents.

Penteo: Has dit que sou una empresa globalment integrada. Molts dels vostres clients estan en aquest procés. Com ho heu aconseguit?

J.A.Z.: Crec fermament que no només hem innovat en tecnologia sinó en com ens organitzem per donar resposta als nostres clients (multinacionals espanyoles), a els quals portem anys explicant-los

com ho hem fet, perquè estan en el mateix repte. Ens ha fet més eficients. De fet hem estalviat uns 6.000 milions d'euros en despeses operatives.

– **Penteco: Smarter planet és més que una aposta tecnològica. És gairebé una ideologia.**

J.A.Z.: *Smarter Planet* és una aspiració amb una bondat en si mateixa, i alguns dels nostres clients estan decidint associar-se amb nosaltres perquè volen formar part d'aquesta aspiració, volen formar part d'aquest món més intel·ligent. Aquesta visió ens ajuda a crear vincles emocionals, a més de racionals, amb els nostres clients.

– **Penteco: Quins projectes tecnològics han d'afrontar les empreses usuàries TIC a curt, mitjà i llarg termini per millorar el seu posicionament i aportar més valor a les seves organitzacions?**

J.A.Z.: La tecnologia va començar en el *back office* de l'empresa i s'ha anat movent cada vegada més cap al *front office*. La tecnologia està permetent arribar molt més a prop del client, establint vincles molt més forts. La tecnologia està recollint la informació d'allò que l'usuari vol, i ens dona la capacitat per poder donar-li-ho. Nosaltres proposem als nostres clients diferents iniciatives que poden ajudar-los a millorar la seva productivitat i a apropar-se més als seus clients.

– **Cloud computing:** Dos terços de les empreses d'entre 100 i 1.000 empleats que van participar en un informe elaborat per IBM en 20 països inclòs Espanya (Inside the Midmarket: a 2011 perspective), estan o bé plantejant-se o ja implementant tecnologies basades en cloud, per millorar la gestió dels seus sistemes tecnològics i reduir costos al mateix temps. *Cloud computing* serà un dels segments de major creixement del mercat de tecnologies de la informació perquè suposa un nou model d'accedir a la tecnologia que resulta especialment interessant per a aquelles empreses que necessiten atendre una demanda no previsible i prestar un servei a l'usuari senzill i immediat, tot això amb unes economies d'escala que no estarien al seu abast amb solucions tradicionals. A IBM pensem que el futur està en propostes híbrides de cloud on hi haurà càrregues de treball de les empreses que operin sobre *clouds* privats i unes altres sobre serveis públics o compartits. I, per descomptat, tots aquests entorns cloud, conviuran amb els sistemes tecnològics existents fins ara.

– **Eines d'anàlisi sofisticades:** 8 de cada 10 directius prenen decisions a partir d'informació incompleta o en la que no confien plenament, segons indica un estudi de l'IBM Institute of Business Value (2009). Per aquesta raó, és destacable el paper que van a jugar a curt, mitjà i llarg termini les eines d'anàlisi avançada de la informació de negoci, ja que permeten a les empreses aprofitar adequadament tot el potencial de la informació que disposen.

– **Outsourcing:** Les companyies s'han transformat en organitzacions molt complexes, la qual cosa dificulta l'especialització en els diferents processos de negoci de la cadena de valor. D'altra banda, els directors de tecnologia estan posposant aquells projectes que no ofereixen un retorn de la inversió clar a curt termini i estan donant prioritat a totes aquelles iniciatives tecnològiques que permetin fer "més amb menys". Per aquesta raó, una altra de les tendències tecnològiques importants a curt, mitjà i llarg termini serà l'outsourcing, perquè permet que les organitzacions puguin controlar els seus costos i millorar la seva eficiència i capacitat, per poder centrar-se en el que és realment diferencial. El proveïdor d'outsourcing ha de no només proveir aquest "més per menys" sobre la base de la seva escala i millors

pràctiques, sinó que, al mateix temps, ha d'assegurar l'evolució tecnològica i la competitivitat de la infraestructura al servei del client, així com un alineament continu i àgil amb el seu negoci.

Juan Antonio Zufiría és president executiu d'IBM a Espanya, Portugal, Grècia i Israel, reportant al director general d'IBM pel Sud d'Europa, Dominique Cerutti.

Juan A. Zufiría va ocupar el gener de 2007 el càrrec de director general de les línies de negoci d'IBM Global Technology Services per als països del Sud d'Europa. Des d'aquest lloc, el directiu espanyol ha participat en el procés de presa de decisions estratègiques de la Companyia, amb especial focus en el negoci de serveis de tecnologia d'IBM.

La seva carrera professional ha estat vinculada a IBM des de 1987, any en el qual va començar a treballar com a investigador en el Departament de Ciències Matemàtiques del Centre d'Investigació Thomas Watson d'IBM, a Nova York. Des de llavors, ha ocupat diversos llocs professionals i directius a la companyia. Entre 2000 i 2006 va estar al capdavant del negoci de serveis d'IBM a Espanya i Portugal, càrrec que des de 2005 incloïa a Grècia, Turquia i Israel.

Juan Antonio Zufiría és doctor en Enginyeria Aeronàutica per la Universidad Politécnica de Madrid i doctor en Matemàtiques Aplicades per l'Institut de Tecnologia de Califòrnia, al mateix temps que compta amb un Màster en Administració d'empreses (MBA) per la London School of Economics.

Penteco

Madrid

Velázquez 114
28006 Madrid

Barcelona

Córcega 282
08008 Barcelona

T.: +34 902 154 550
www.penteco.com