





IBM Software Expo 2006. Madrid 23 de Mayo

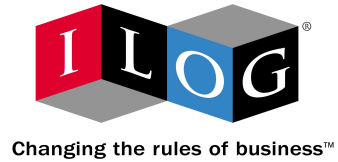


# IBM Software Expo 2006

*Aurelio Sánchez Ricart*

*Director de Software, IBM España*





# AGENDA

- ▶ 09:00           **Recepción, entrega de documentación y desayuno de bienvenida**
  
- ▶ 09:30           **Sesión plenaria**
  - **Bienvenida. Amparo Moraleda.**  
Presidenta de IBM España, Portugal, Grecia, Israel y Turquía
  - **Hacia la innovación por el camino de la flexibilidad. Aurelio Sánchez.**  
Director de Software de IBM España
  - **Marketing Lateral, una nueva fórmula para la Innovación. Fernando Trías de Bes.**  
Profesor de ESADE y Escritor
  
- ▶ 11:30           **Café y visita al Salón de Soluciones**
  
- ▶ 12:00           **Sesiones Paralelas (7 tracks simultáneos)**
  
- ▶ 13:30           **Almuerzo y visita al Salón de Soluciones**
  
- ▶ 14:45           **Sesiones Paralelas (continuación)**
  
- ▶ 16:15           **Café**
  
- ▶ 16:45           **Sesiones Prácticas (6 tracks simultáneos)**





IBM Software Expo 2006. Madrid 23 de Mayo

# Hacia la innovación por el camino de la flexibilidad

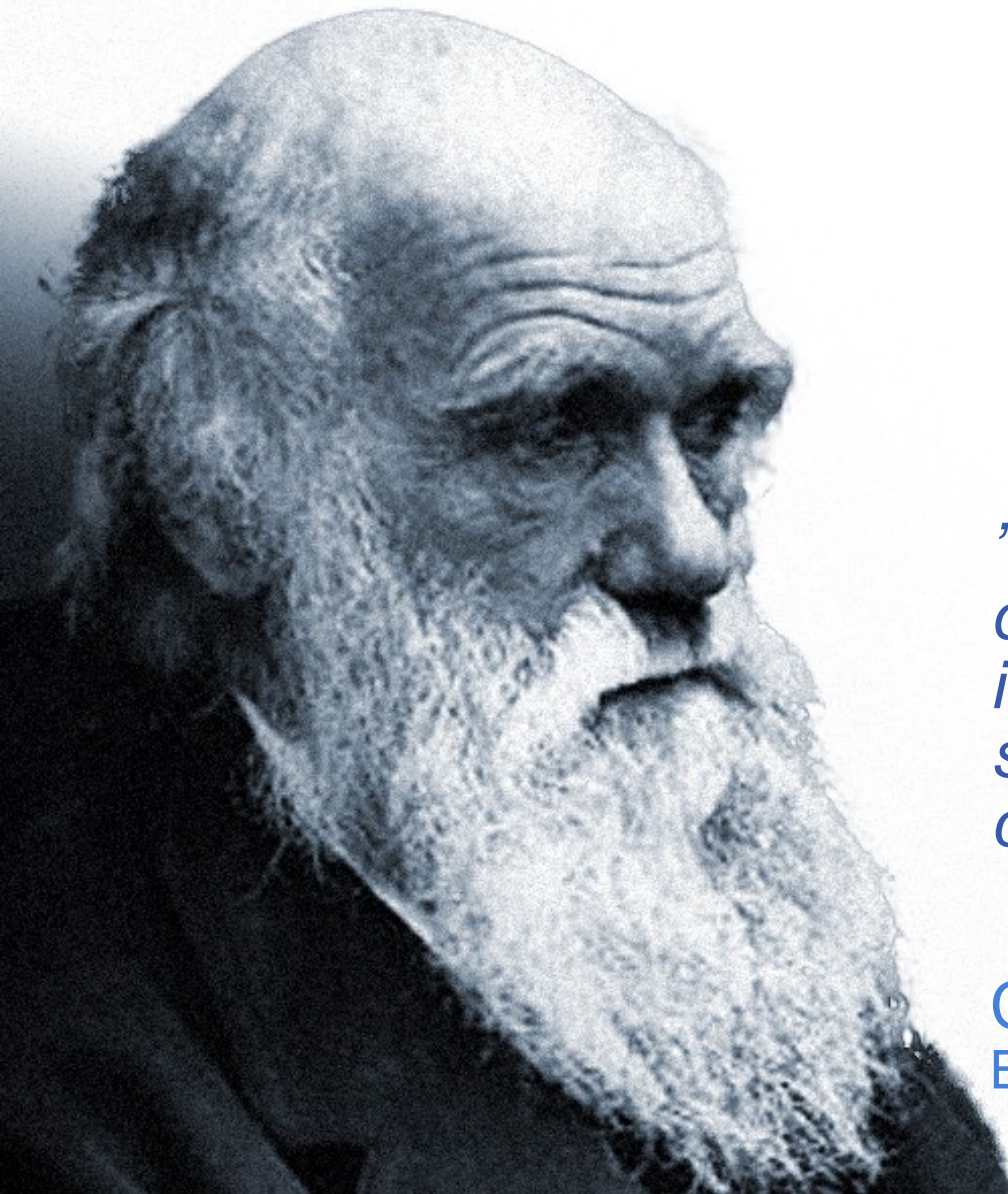




Es mejor estar preparados  
para el **cambio.**

Es lo único que va a  
permanecer.





*”No son los más fuertes los que sobreviven, ni los más inteligentes, sino aquellos que se adaptan mejor a los cambios”*

Charles Darwin

El origen de las especies, 1859





 **Innovación y Flexibilidad**

 **Condiciones para la innovación y Flexibilidad**

 **El proceso hacia la flexibilidad**

 **Propuesta valor IBM**



# Innovación y flexibilidad



# Prioridades CEOs innovación (CEO Survey IBM)



Innovación y flexibilidad

1

- Fuentes de innovación:
- Empleados
  - Alianzas externas se infrutilizan

2

- Innovación en los modelos de negocio.
- Mayor involucración de la Alta Dirección.

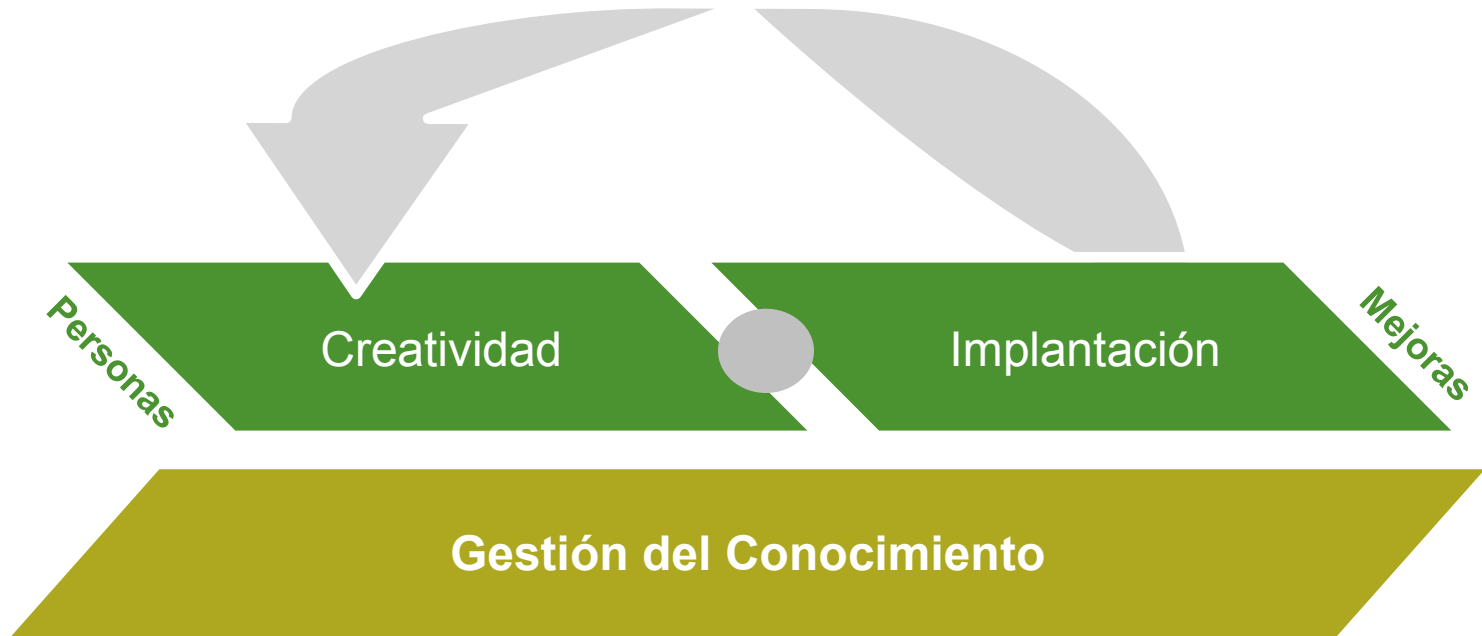
3

- El mayor obstáculo a la innovación es todavía interno



# Innovación

- Creación, definición y modificación de productos, servicios, procesos, modelos de negocio, y prácticas de gestión que aporten valor en el ámbito de la organización.



Innovación y flexibilidad



# Flexibilidad e Integración

- Flexibilidad en una empresa es la **capacidad de responder con agilidad** a los cambios y saber **adaptarse** a las demandas del mercado.
- Para que una empresa sea flexible hace falta una **integración** (procesos, sistemas, personas, información)



Innovación y flexibilidad

## Dos caras de la misma moneda



Innovación y flexibilidad

Innovación

**Proactivamente**

Busca el cambio que genera valor

Las dos tratan de  
**Gestión del Cambio**

Flexibilidad

**Reactivamente**

Se adapta ágilmente a los cambios.




# Innovación



Innovación y flexibilidad



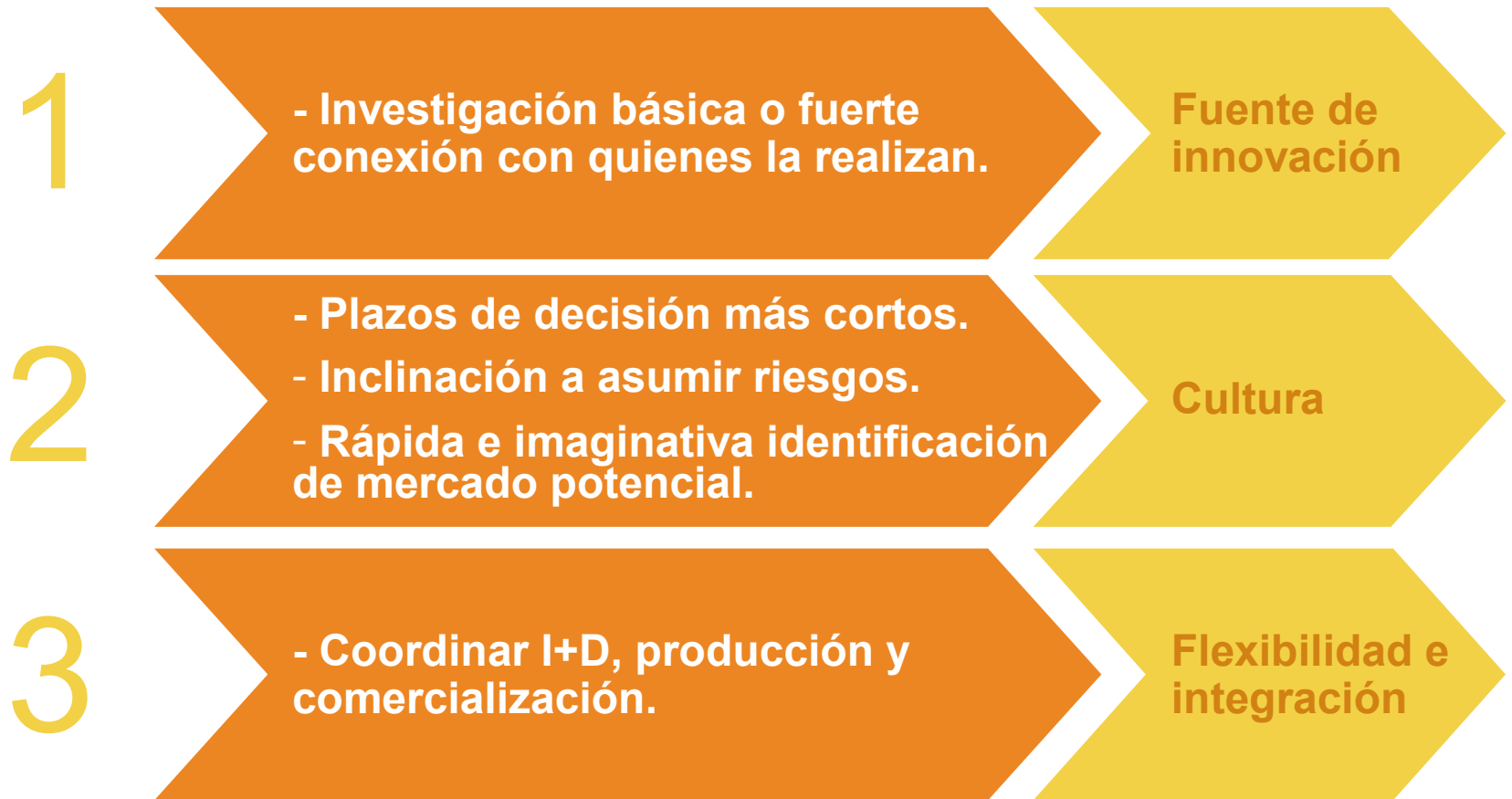


# Condiciones para la innovación y la flexibilidad





# Características de empresas innovadoras (Cotec)



Condiciones para la innovación y la flexibilidad

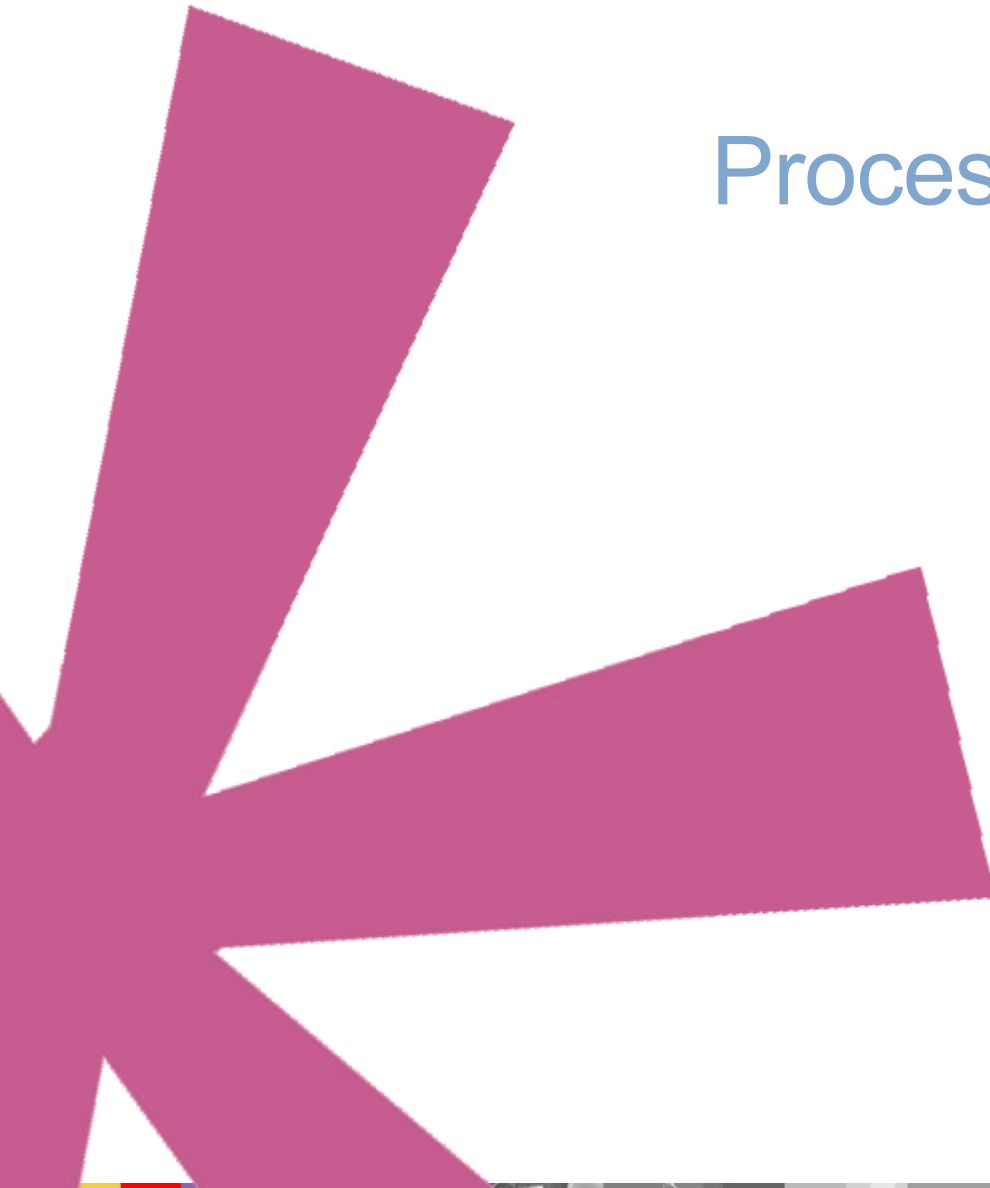


# Flexibilidad en mercados maduros

- **La armas para competir en estos mercados son:**
  - ▶ Reducción de costes.
  - ▶ Time to Market.
  - ▶ Innovaciones incrementales y constantes
- **Los requerimientos para alcanzar la flexibilidad son:**
  - ▶ Disponer de un framework flexible donde convivan la **estandarización y la diversidad**.
  - ▶ Estandarizar **componentes y/o servicios** siendo capaz de diferenciarme en el mercado.
  - ▶ Ser capaz de **adaptarme al cambio rápidamente**: fusiones y adquisiciones, nuevos productos, nuevos canales, etc.
- **El camino hacia la flexibilidad se debe basar en la evolución y no en la revolución.**

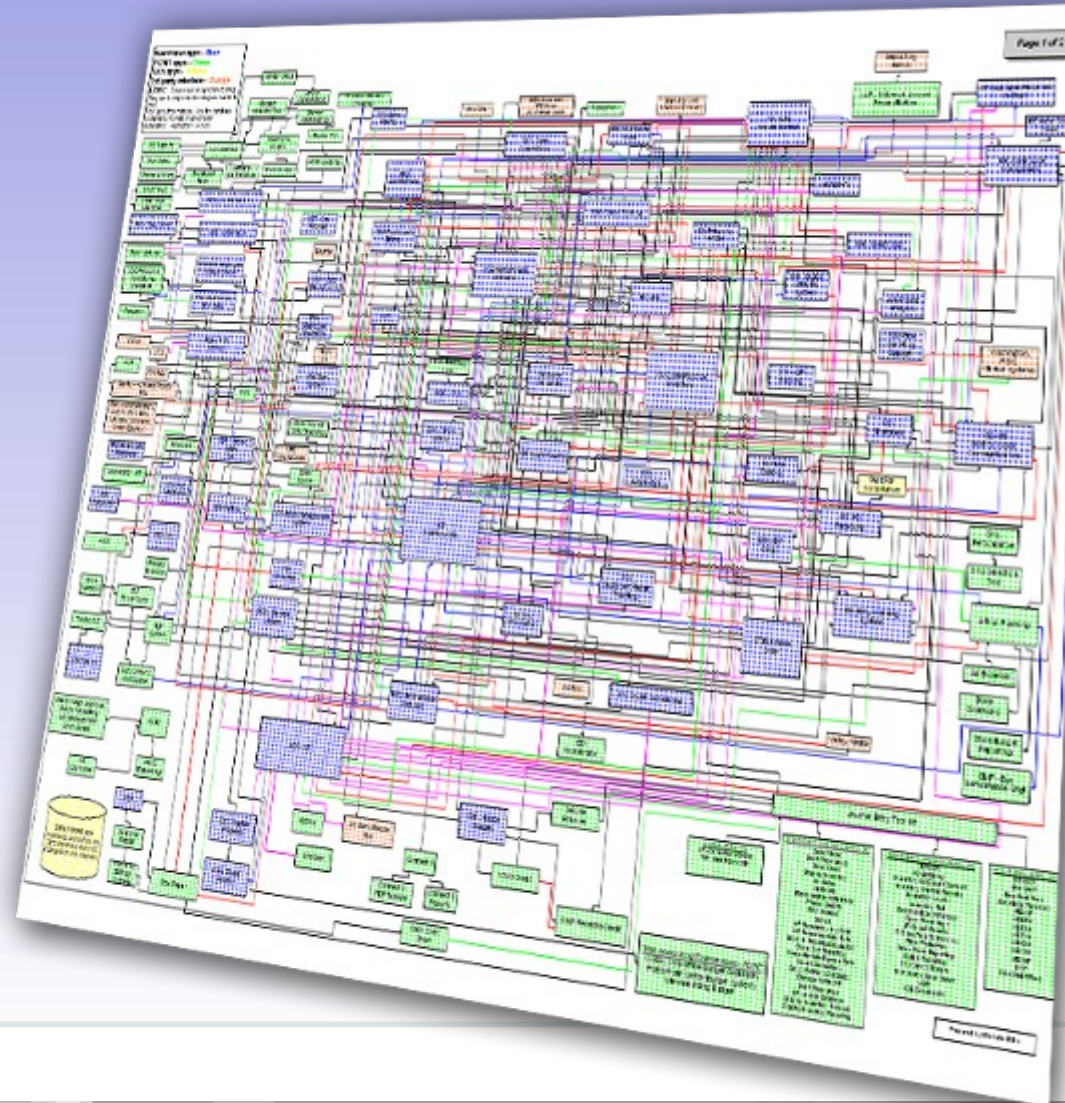


# Proceso hacia la flexibilidad



# La complejidad es una realidad....

- **Uso referencia mercados maduros.**
- **Flexibilidad basada por componentes es un concepto usado**
- **La alineación de la tecnología y el negocio es clave**



## Transformación Controlada

- **Comenzar descomponiendo el modelo de negocio** – partiéndolo procesos y funciones identificables
- A estos procesos y funciones se les conoce como **componentes de negocio (o servicios)**
- Cada componente tiene un único propósito e **interactúa con el resto de servicios** del modelo de negocio de acuerdo con estructuras de coste y acuerdos de nivel de servicio



Think Big, Start small.



Proceso hacia la flexibilidad



# Divide y Vencerás: *The Component Business Model*

1 2 3 4 Descomponer el negocio en sus componentes

*Example: Consumer Packaged Goods*

	Product Management	Customer Relationship	Manufacturing	Supply Chain & Distribution	Business Administration
<b>Strategy</b>	Category/Brand Strategy	Customer Relationship Strategy	Manufacturing Strategy	Supply Chain Strategy	Corporate Strategy
	Category/Brand Planning	Customer Relationship Planning	Supplier Relationship Management	Supply Chain Planning	Corporate Planning
<b>Tactics</b>	Brand P&L Management	Assessing Customer Satisfaction	Production and Materials Planning	Distribution Oversight	
	Matching Supply and Demand	Customer Insights	Manufacturing Oversight	Inbound Logistics	Outbound Logistics
	Marketing Development & Effectiveness	Account Management	Supplier Control		
	Product Ideation	Value-Added Services	Make Products	Distribution Center Operations	External Market Analysis
<b>Execution</b>	Concept/Product Testing	Customer Account Servicing	Assemble/Pkg. Products	Transportation Resources	Organization and Process Design
	Product Development	Retail Marketing Execution	Plant Inventory Management	En Route Inventory Management	Legal and Regulatory Compliance
	Product Management	In-store Inventory Mgmt	Manufacturing Procurement		Treasury and Risk Management
	Marketing Execution	Customer Directory			Accounting and GL
	Consumer Service				Indirect Procurement
	Product Directory				Facilities and Equipment Management
					HR Administration
					IT Systems and Operations



Proceso hacia la flexibilidad



# Divide y Vencerás: *The Component Business Model*



Proceso hacia la flexibilidad

1 **2** 3 4 Decidir qué es diferencial y lo que es simplemente operativo

*Example: Consumer Packaged Goods*

- Diferenciación estratégica**
- Paridad Competitiva**
- Básico**

	Product Management	Customer Relationship	Manufacturing	Supply Chain & Distribution	Business Administration
<b>Strategy</b>	Category/Brand Strategy	Customer Relationship Strategy	Manufacturing Strategy	Supply Chain Strategy	Corporate Strategy
	Category/Brand Planning	Customer Relationship Planning	Supplier Relationship Management	Supply Chain Planning	Corporate Planning
<b>Tactics</b>	Brand P&L Management	Assessing Customer Satisfaction	Production and Materials Planning	Distribution Oversight	
	Matching Supply and Demand	Customer Insights	Manufacturing Oversight	Inbound Logistics	Outbound Logistics
	Marketing Development & Effectiveness	Account Management	Supplier Control		
	Product Ideation	Value-Added Services	Make Products	Distribution Center Operations	
<b>Execution</b>	Concept/Product Testing	Customer Account Servicing	Assemble/Pkg. Products	Transportation Resources	Treasury and Risk Management
	Product Development	Retail Marketing Execution	Plant Inventory Management	En Route Inventory Management	Accounting and GL
	Product Management	In-store Inventory Mgmt	Manufacturing Procurement		Indirect Procurement
	Marketing Execution	Customer Directory			Facilities and Equipment Management
	Consumer Service				HR Administration
	Product Directory				IT Systems and Operations



# Divide y Vencerás: *The Component Business Model*



Proceso hacia la flexibilidad

1 2 **3** 4 Analiza los costes

*Example: Consumer Packaged Goods*

High capital area

High cost area

High cost & capital area

	Product Management	Customer Relationship	Manufacturing	Supply Chain & Distribution	Business Administration	
<b>Strategy</b>	Category/Brand Strategy	Customer Relationship Strategy	Manufacturing Strategy	Supply Chain Strategy	Corporate Strategy	
	Category/Brand Planning	Customer Relationship Planning	Supplier Relationship Management	Supply Chain Planning	Corporate Planning	
<b>Tactics</b>	Brand P&L Management	Assessing Customer Satisfaction	Production and Materials Planning	Distribution Oversight	Business Performance Management	
	Matching Supply and Demand	Customer Insights	Manufacturing Oversight		<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Inbound Logistics</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Outbound Logistics</div> </div>	External Market Analysis
	Marketing Development & Effectiveness	Account Management	Supplier Control	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Distribution Center Operations</div>		Organization and Process Design
	Product Ideation		Value-Added Services		Make Products	Legal and Regulatory Compliance
<b>Execution</b>	Concept/Product Testing	Customer Account Servicing	Assemble/Pkg. Products		Transportation Resources	Treasury and Risk Management
	Product Development	Retail Marketing Execution	Plant Inventory Management		En Route Inventory Management	Accounting and GL
	Product Management	In-store Inventory Mgmt	Manufacturing Procurement	Indirect Procurement		
	Marketing Execution	Customer Directory			Facilities and Equipment Management	
	Consumer Service				HR Administration	
	Product Directory				IT Systems and Operations	





# Divide y Vencerás: *The Component Business Model*



Proceso hacia la flexibilidad

1 2 3 **4** Finalmente prioriza tus iniciativas de transformación

*Example: Consumer Packaged Goods*

	Product Management	Customer Relationship	Manufacturing	Supply Chain & Distribution	Business Administration
<b>Strategy</b>	Category/Brand Strategy	Customer Relationship Strategy	Manufacturing Strategy	Supply Chain Strategy	Corporate Strategy
	Category/Brand Planning	Customer Relationship Planning	Supplier Relationship Management	Supply Chain Planning	Corporate Planning
<b>Tactics</b>	Brand P&L Management	Assessing Customer Satisfaction	Production and Materials Planning	Distribution Oversight	Business Performance Management
	Matching Supply and Demand	Customer Insights	Manufacturing Oversight		Inbound Logistics   Outbound Logistics
	Marketing Development & Effectiveness	Account Management	Supplier Control	Distribution Center Operations	
	Product Ideation	Value-Added Services	Make Products		Transportation Resources
<b>Execution</b>	Concept/Product Testing	Customer Account Servicing	Assemble/Pkg. Products	En Route Inventory Management	
	Product Development	Retail Marketing Execution	Plant Inventory Management		Indirect Procurement
	Product Management	In-store Inventory Mgmt	Manufacturing Procurement	Facilities and Equipment Management	
	Marketing Execution	Customer Directory		HR Administration	
	Consumer Service			IT Systems and Operations	
	Product Directory				

**Buscar proveedores externos**

**Consolidar o crear proveedor interno**

**Integrar y rediseñar**

**No hacer nada**



# Proceso de Transformación de IBM SWG

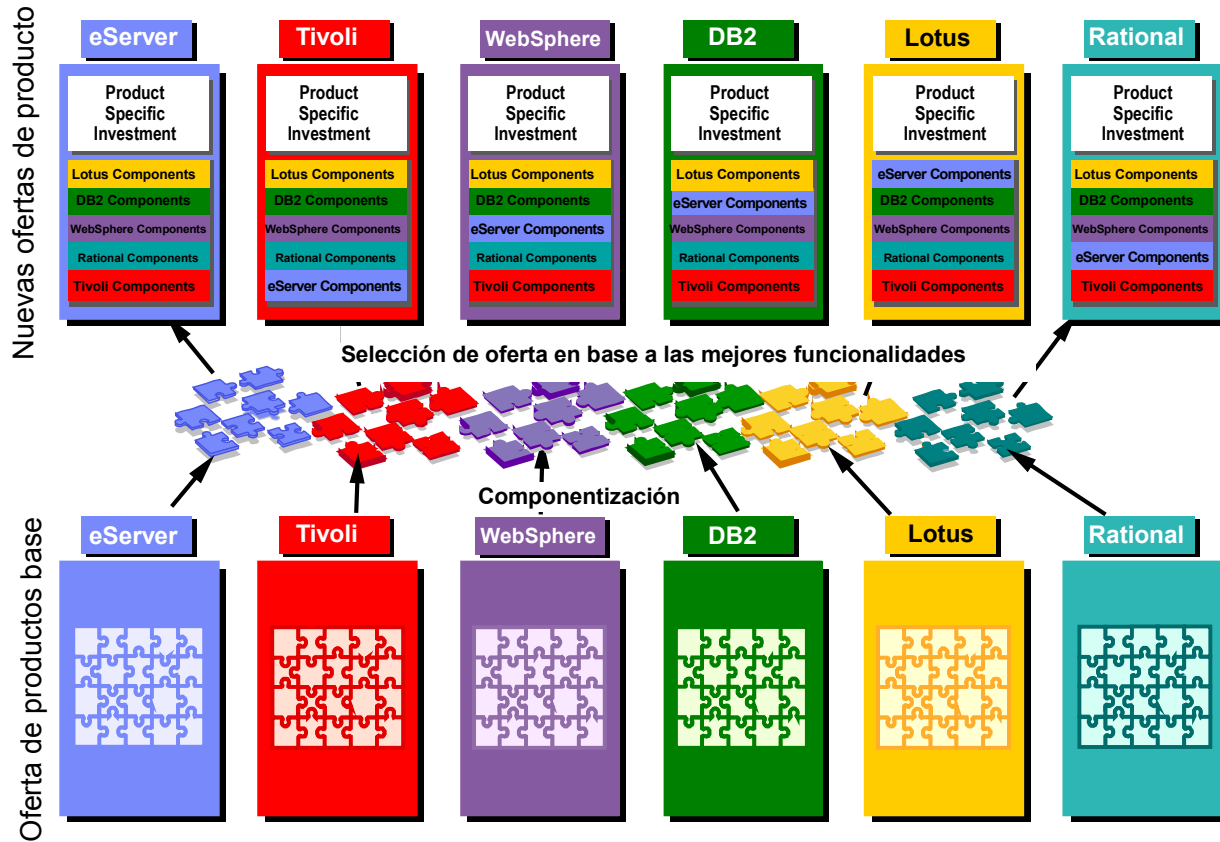
\* Propuesta valor IBM

Muestra  
El resultado



# Generación de componentes IBM Software

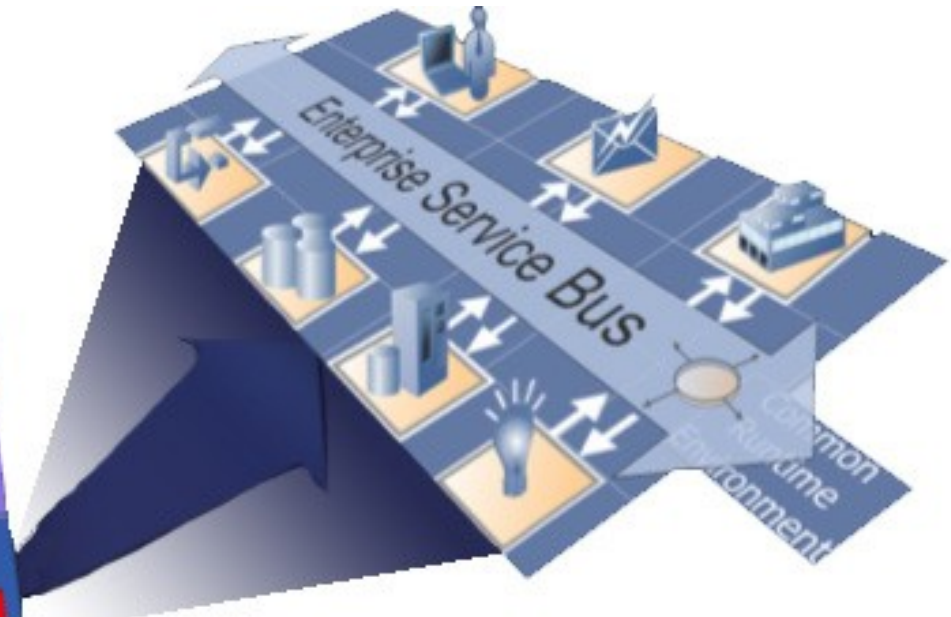
## Construcción de capacidades comunes



# IBM Software Continúa evolucionando

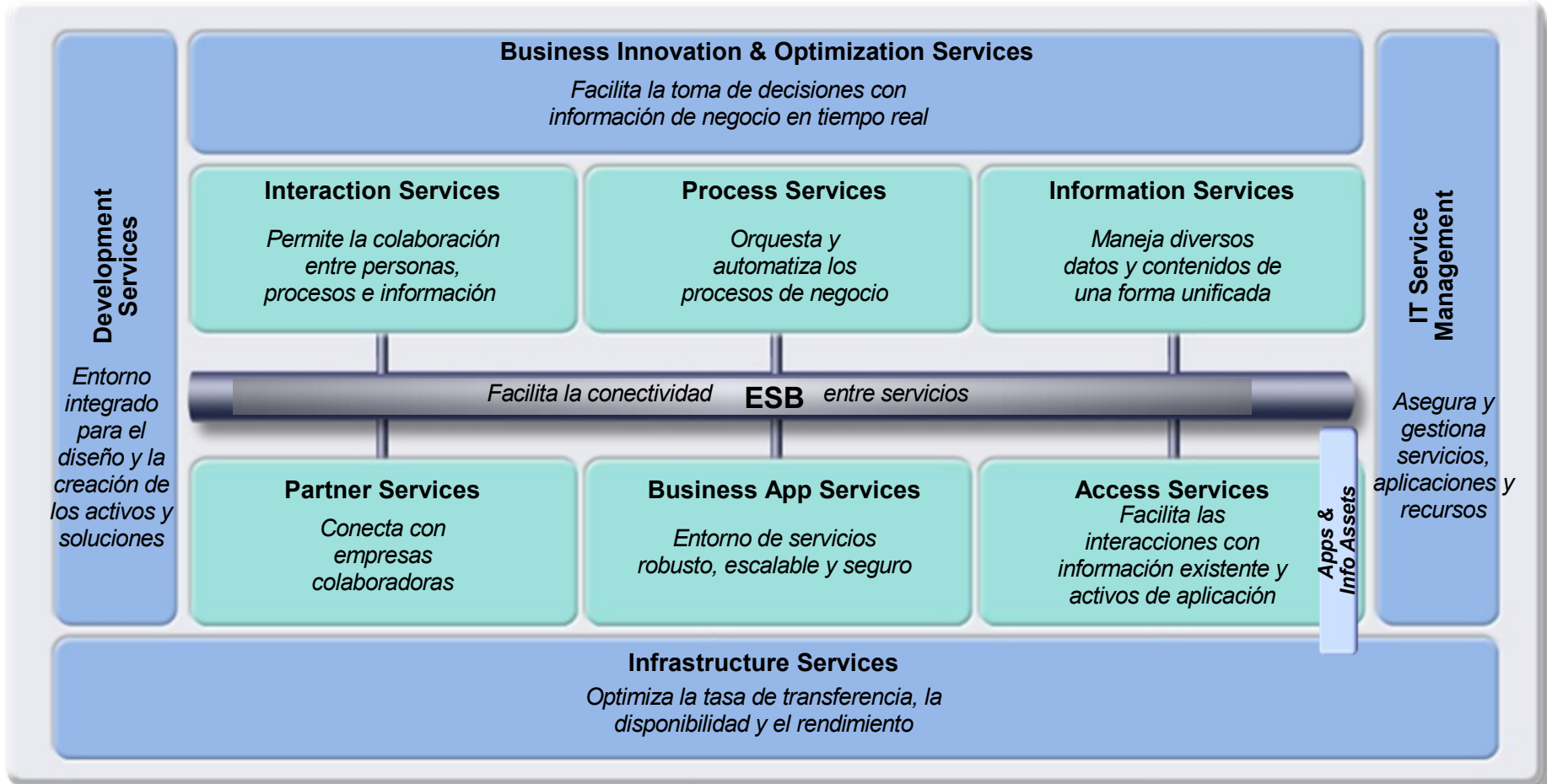
## *Nuevo modelo de programación*

\* Propuesta valor IBM

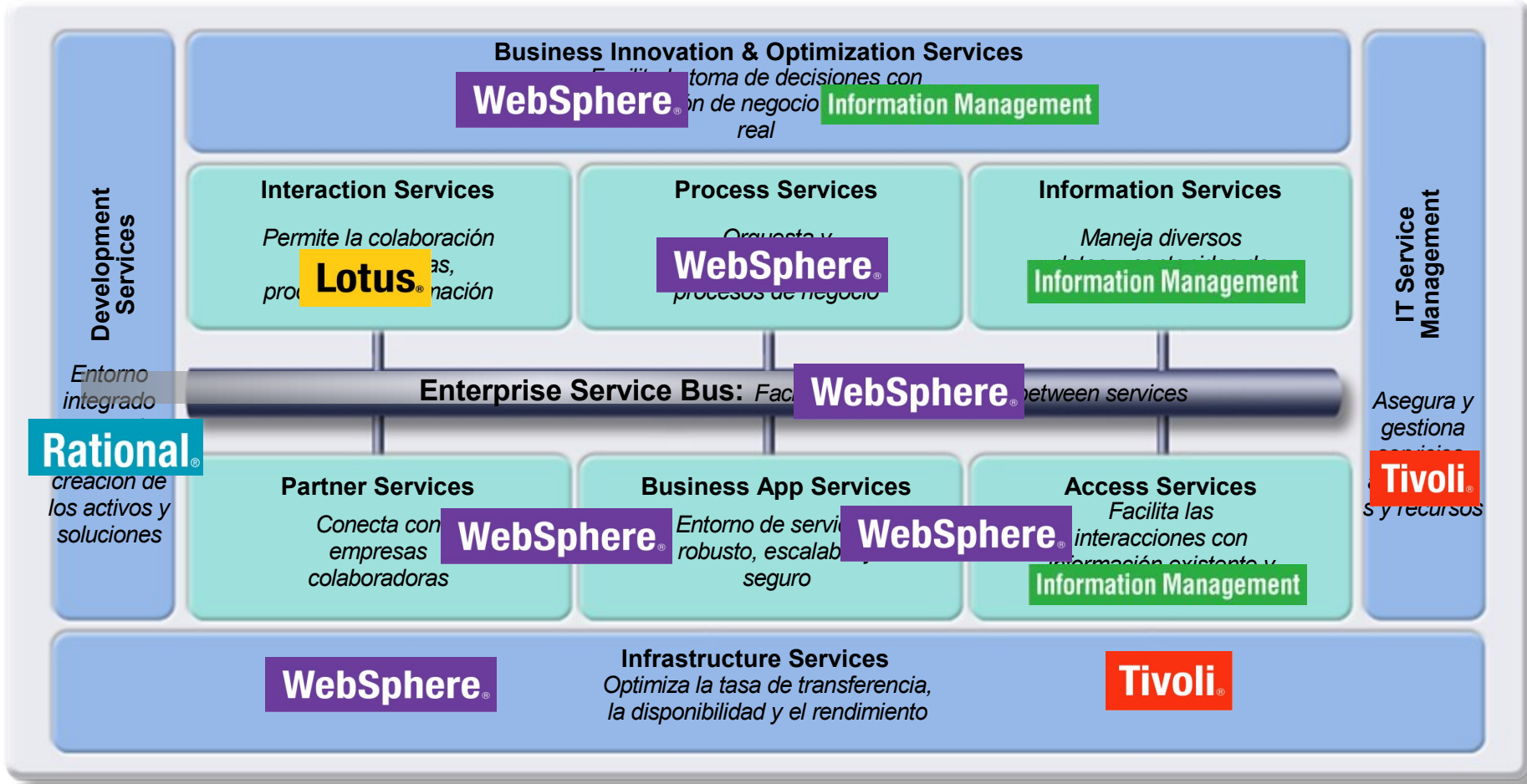


- Estándares abiertos**
- Flexibilidad**
- Orientación a eventos**
- Orientación a servicio**
- Integración incremental**

# Arquitectura de Referencia de IBM Software



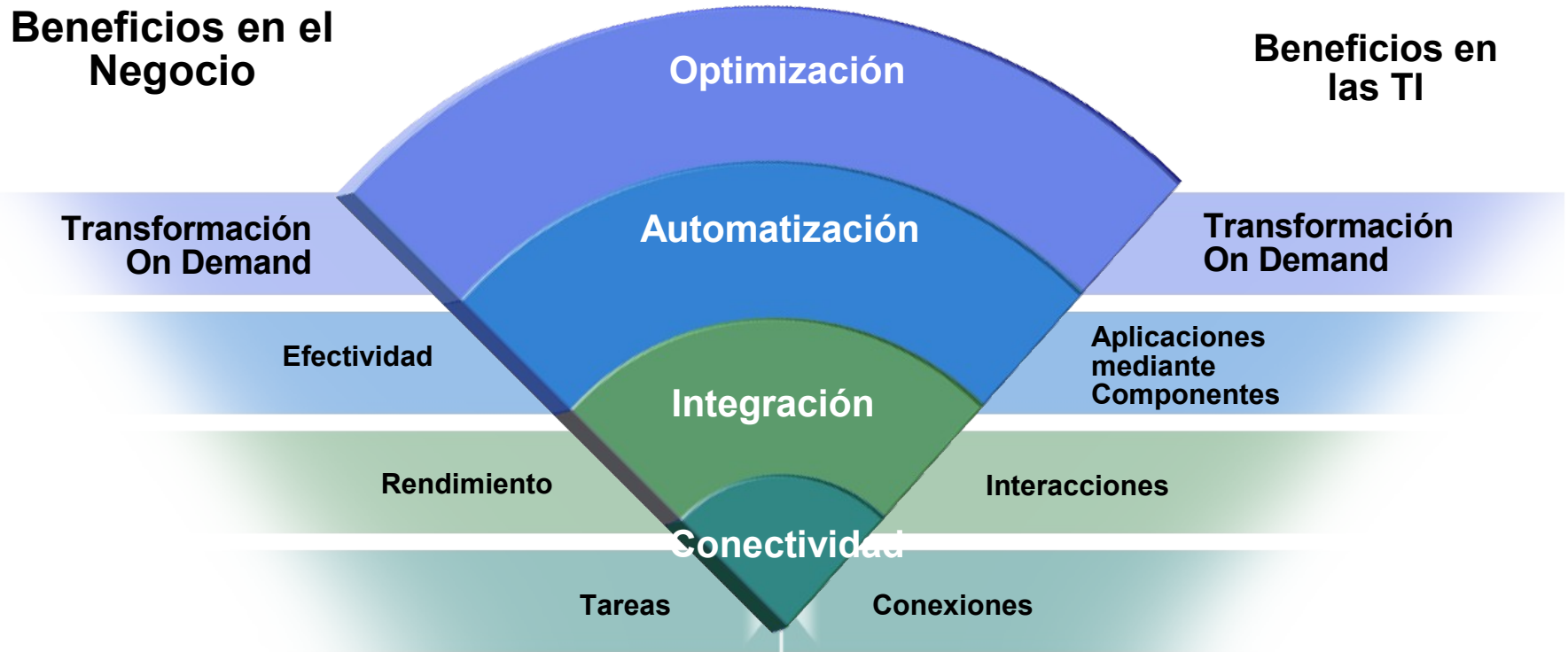
# Cada brand de software IBM juega un papel en la arquitectura...



# Propuesta valor IBM



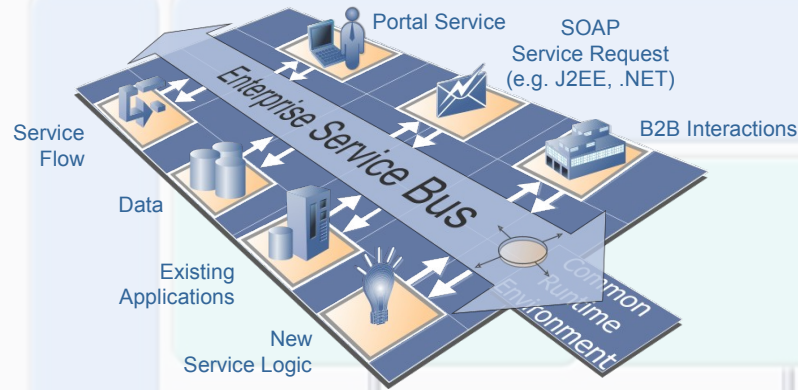
# Modelo de adopción en la innovación de procesos



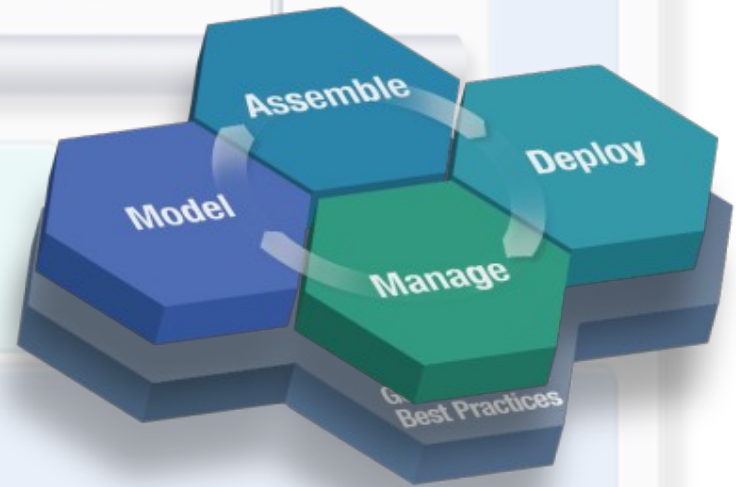


**WebSphere** software

*Optimizar los procesos para alinearlos a las necesidades del negocio*



## SOA Lifecycle for Process Integration



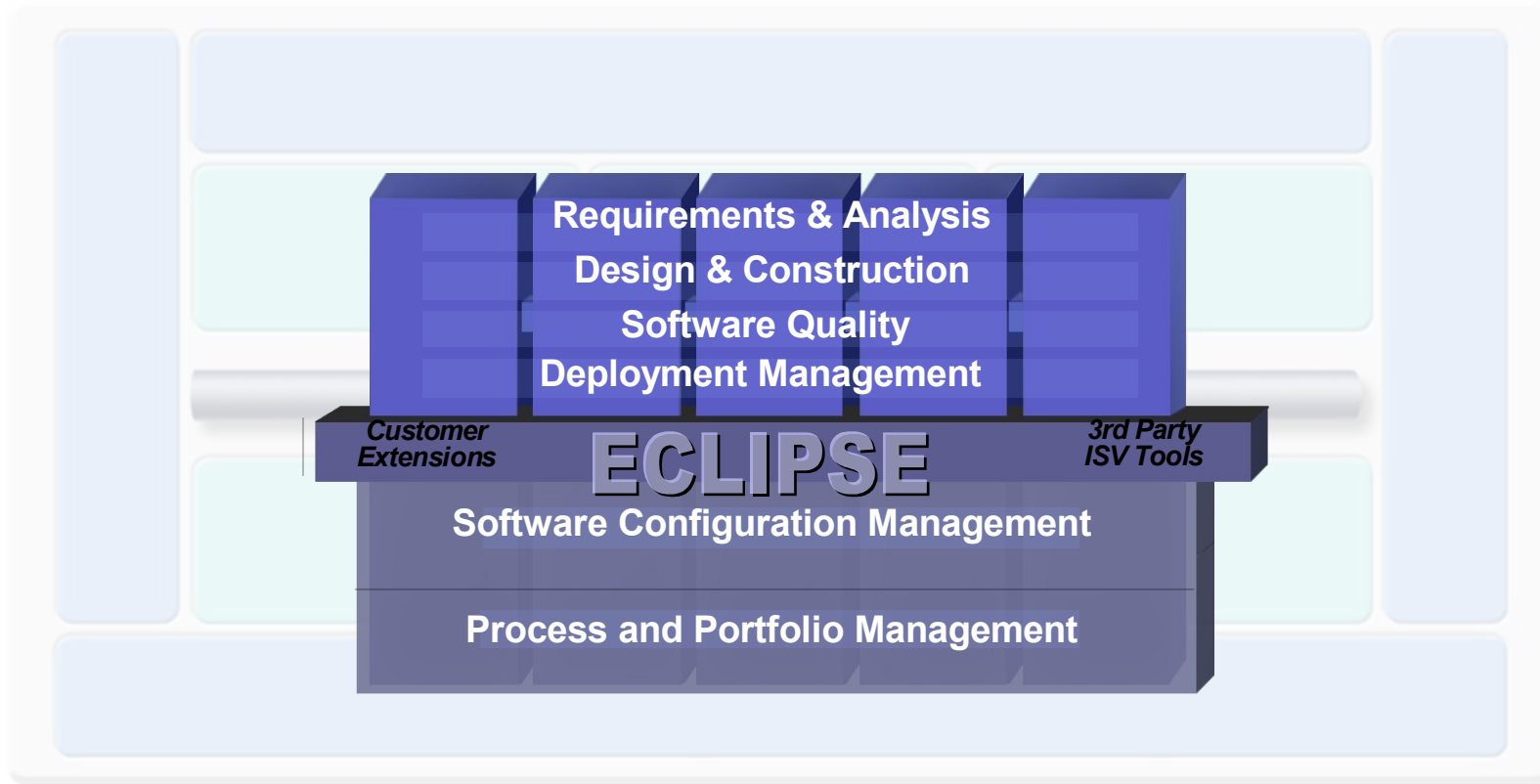
Propuesta valor IBM



**Rational** software

*Estandariza y reutiliza componentes para satisfacer las necesidades del negocio.*

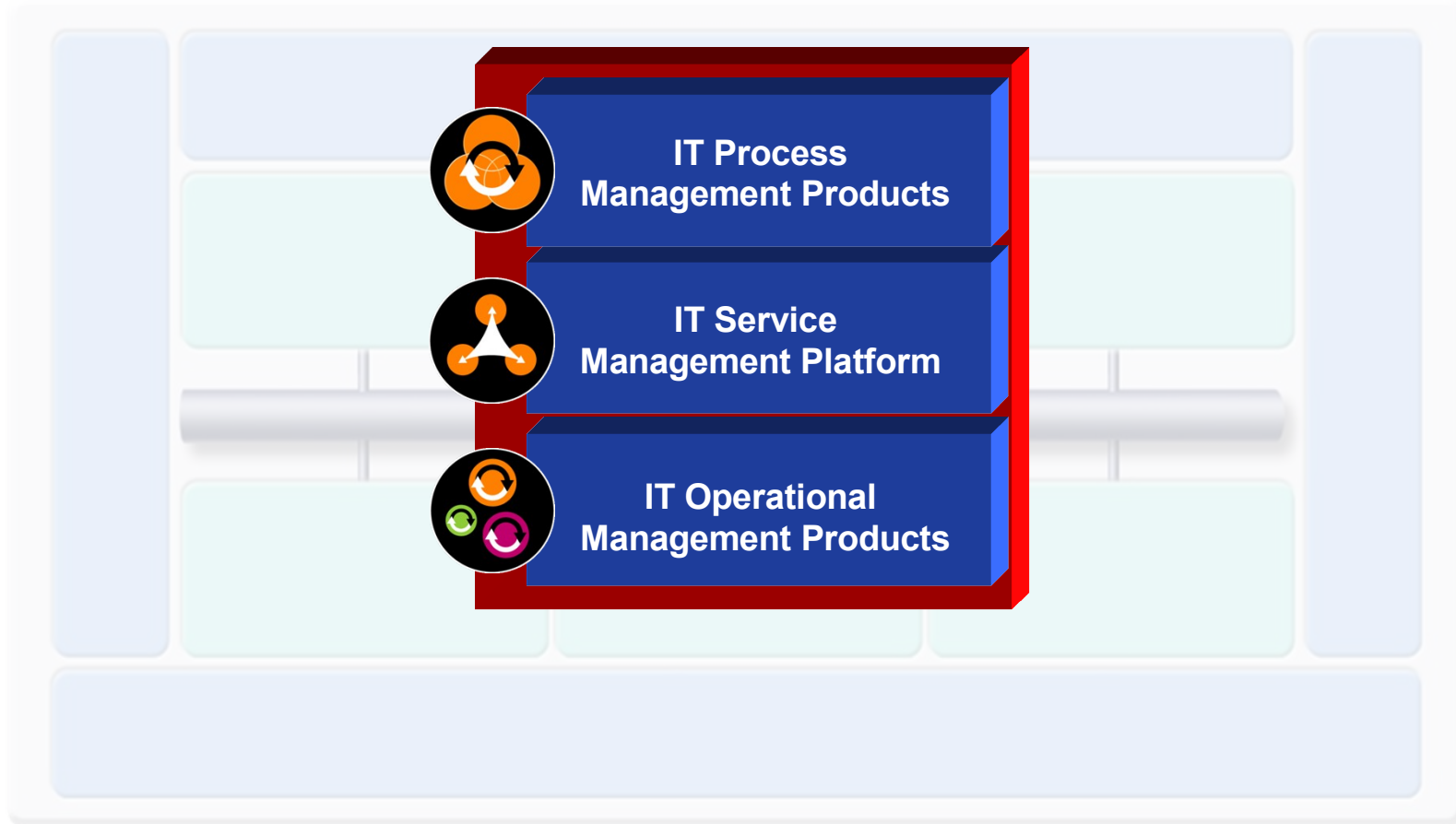
Propuesta valor IBM



**Tivoli** software

# *De la gestión basada en recursos a la gestión de servicios*

✳ Propuesta valor IBM



**DB2** Information Management  
Software

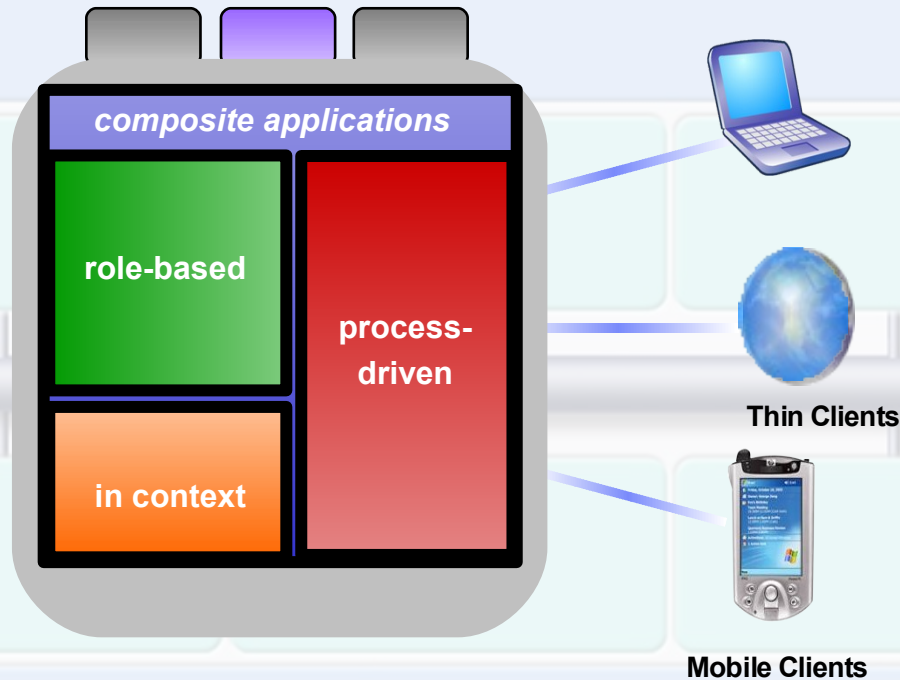
*Transformación del dato en  
información*

Propuesta valor IBM



**Lotus** software

*Proporciona un entorno de trabajo flexible que fomenta la innovación.*



Propuesta valor IBM





**DB2** Information Management  
Software

**WebSphere** software

**Rational** software

**Lotus** software

**Tivoli** software

## IBM: Cultura de la Innovación

- **1º lugar en patentes** registradas en todo el mundo, 13 años consecutivos:
  - 2.941 patentes en 2005, aprox. 40% en SW
  - 8º año consecutivo con >2.000 patentes
- Compañía TI con más **inversión anual en I+D+i**: >5.000 M\$
- **Reconocimientos internacionales**:
  - 5 premios Nobel
  - 7 premios “National Medal of Technology”
  - 3 premios “National Medal of Science”
  - 10 miembros (por 5 inventos) del “National Inventors Hall of Fame”
- **Innovación, también en SW abierto**:
  - Funda y participa activamente en proyecto Eclipse (2002)
  - Cesión de 500 patentes a los desarrolladores de SW libre (2005)
  - Acceso gratuito a patentes en Sanidad y Educación para impulsar el desarrollo de SW de código abierto y estándares tecnológicos (2005)
  - Líder en colaboración con org. académicas y comerciales para explotar tecnologías Grid



# IBM: Cultura de la Innovación

## Algunos hitos

- Tarjetas perforadas
- *Tabulating Machine*
- ASCC
- *Vacuum Tube Computer*
- Sistema /360
- BBDD Relacionales
- DRAM
- Arquitectura *RISC*
- Ordenador Personal
- *Deep Blue*
- Cobre y SiGe en los chips
- Chips *MRAM*
- *Autonomic Computing*
- *On Demand Innovation Services*
- *Blue Gene*
- *Carbon Nanotubes*
- *Millipede*
- *E-business*
- *WebFountain*
- *Open Innovation*





IBM





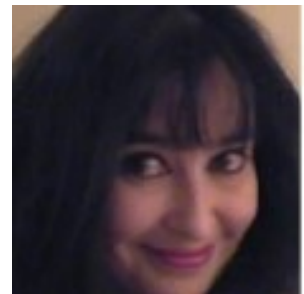
IBM Software Expo 2006. Madrid 23 de Mayo



Gracias



## Ejecutivos presentes en Software Expo



**Lauren States**  
Worldwide  
Vice President,  
Software Group  
Technical Sales and  
Sales Enablement

**Paulo Carvao**  
Worldwide  
Vice President  
Mainframe Software Sales

**Steven Robinson**  
Vice President,  
Worldwide Sales  
Rational

**Vincent Zandvliet**  
Vice President  
SMB Channels & Tele  
Software Group  
Southwest Europe

**Georgina Castanon**  
WW Director, WebSphere  
Brand Management &  
Launches



**Raymond Huner**  
Sales Executive  
Service Oriented  
Architecture  
SouthWest Europe

**Olivier Della**  
SWG Distribution  
Sales Manager  
Southwest Europe

**Alain Joubert,**  
Routes to Market  
leader - Information  
Management –  
SouthWest Europe

**Roque Martin**  
WWW Rational Sales  
Executive - Technical  
Sales, Enablement,  
Maintenance & Programs

**Catherine Negrier-  
Durivaux**  
SWG SMB & Channels  
Program Leader  
SouthWest Europe

