

Philippe La Fornara Director de operaciones de Software AG para Europa e Israel

“Ayudamos a nuestros clientes a correlacionar en tiempo real eventos, informaciones y datos para tomar una decisión”

Fiel a su cita anual, Software AG celebró el 22 de abril su Innovation Day en la Casa de América, en Madrid. En lugar de abordar la teoría sobre los beneficios de sus herramientas tecnológicas, optó por presentar a sus clientes seis casos prácticos de grandes empresas que ya trabajan con ellas. El director de operaciones para Europa continental y del Este e Israel nos cuenta su visión sobre el futuro y cómo su compañía ya forma parte de él.

¿Qué novedades ha llevado Software AG este año al mercado?

Estamos viendo el resultado de dos años de adquisiciones, y hemos construido el negocio digital integrando estos productos para crear tres plataformas. La primera nos ayuda a integrar todos los silos para automatizar procesos. La segunda, que juega en el espacio del big data, hace un análisis inteligente de negocio. Y la tercera está basada en procesos para aumentar su agilidad y hacerlos más centrados en el cliente, y permite monitorizar en tiempo real la forma en que las empresas los ejecutan, para ver dónde no funcionan y cómo mejorarlos. Son tres plataformas que colaboran entre sí y que componen lo que denominamos la visión de la plataforma de negocio digital. La clave es que tenemos una interacción entre ellas para componer la plataforma que requiere cada uno de

nuestros clientes. Además, hay una cuarta plataforma para gestionar la transformación digital de las empresas de forma estructurada.

¿A qué necesidades responde el lanzamiento de la Digital Business Platform?

Es la suma de esas cuatro plataformas que trabajan conjuntamente para crear una respuesta de extremo a extremo. El motivo por el que pensamos que nuestros clientes, grandes empresas, necesitan esta plataforma es porque todas las aplicaciones que utilizan son muy complicadas para cambiarlas continuamente y adaptarlas a los cambios del mercado y a sus propios cambios de clientes.

¿Qué han presentado a sus clientes en el Innovation Day 2015?

Hemos llegado a un nivel de madurez con mu-

chos casos prácticos en cada una de las plataformas y en combinación entre ellas, y nuestro trabajo en este evento no era presentar ningún producto, sino seis casos prácticos de clientes que describen lo que hacen con nuestras plataformas. Hemos evolucionado de la educación teórica a la demostración práctica, nuestro trabajo es aumentar el conocimiento entre clientes y decirles que ya no es ciencia ficción, que es vida real, que es práctico y funcionan y pueden aprovecharlo.

Fundamentalmente, les están ayudando a interpretar el big data.

Exactamente, estamos por encima de todos los datos conectados por cualquier medio y les permitimos hacer algo con esos datos y correlacionar en tiempo real eventos, informaciones y datos para tomar una decisión vinculada a esa correlación y al resultado mismo.



¿Por qué han subido su tecnología a Amazon Web Services?

La tendencia que vemos es que las grandes empresas van hacia un modelo híbrido, con una parte de su información en su centro de datos y otra en una nube. Todas nuestras plataformas trabajan de forma híbrida.

¿Qué es el internet de las cosas y cómo va a influir en nuestras vidas?

El internet de las cosas consta de todos los objetos que se conectarán y que producirán muchos datos. Hay mucha comunicación de máquina a máquina, es una nueva era para las grandes empresas, con muchos sensores en muchos sitios que producen datos y hay que interpretarlos y tomar una decisión.