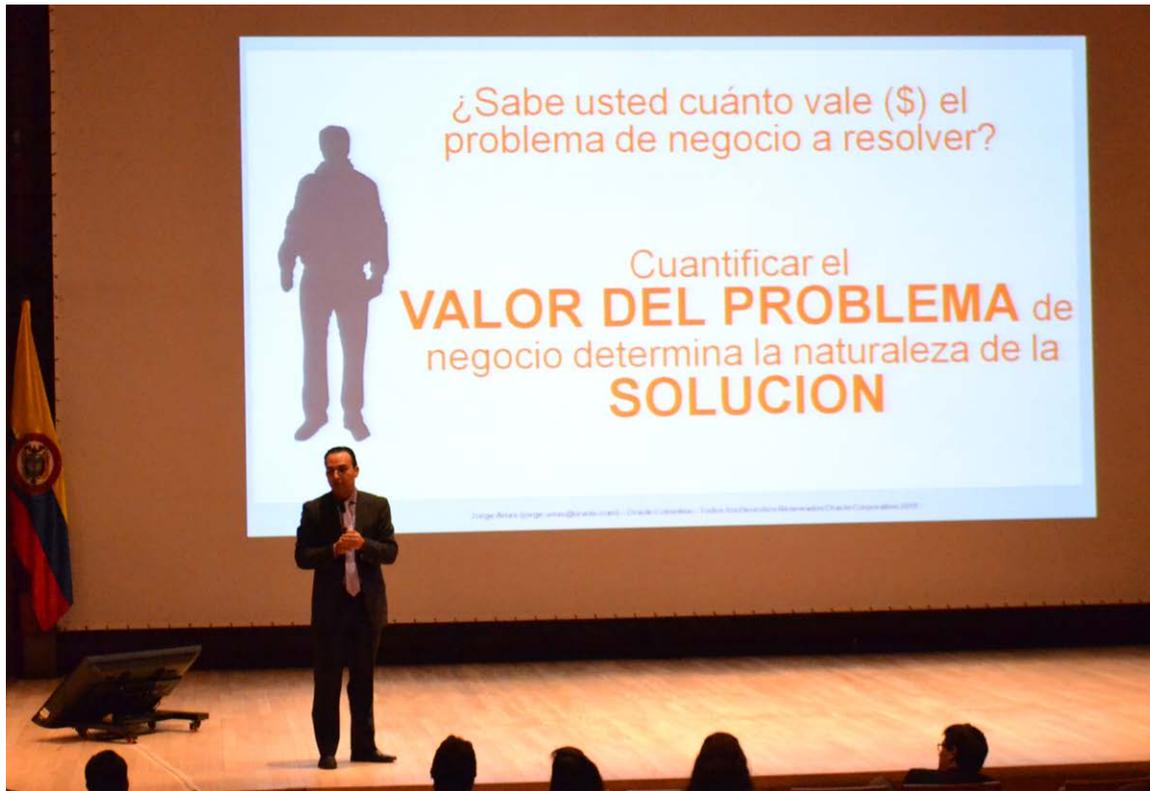


Consejos para que el negocio fluya



Si TI me genera negocio (valor) siento que estoy alineado, señaló Jorge Arias, de Oracle.

Expertos de la industria, CIO y usuarios hablaron sobre cómo la gestión de servicios puede soportar la alineación, la satisfacción de las necesidades del cliente y la creación de valor. A continuación algunas de las ideas expresadas.

I. Alineación del negocio con TI

Jorge Arias, director de Arquitectura Empresarial en Oracle. Profesor de la Escuela de Negocios de Los Andes y de la Maestría de TI para el Negocio del DISC

Si TI me genera negocio (valor), siento que estoy alineado.
Las compañías esperan que TI le genere valor al negocio: que ayude a soportar la operación, contribuya a alcanzar las metas y aporte ideas para el crecimiento económico.

TI dispone de herramientas para lograrlo, pero hay que tener claro cuál es el problema y cuánto vale solucionarlo, al tiempo que los beneficios se deben traducir en una métrica tecnológica que impacte el negocio.

Perspectiva CIO. César Botero Villa, de Alpina

TI pasó de ser un soporte de la compañía a ser un servicio que genera valor y un área enfocada al usuario.
El cambio puede explicarse a partir de la descripción del científico Paul Mc Leen

de las tres capas del cerebro humano: La intuitiva (sistema reptil), que respira y come, es el área de operaciones de la organización y tiene que funcionar perfectamente (en Alpina piensan tercerizarla). El valor agregado, la emoción (sistema límbico) y la razón (neurocórtez) incluye el proceso complejo de relación con los clientes.
Hay que reinventar el modelo de TI y posicionar esta área dentro del negocio. El CIO debe hacer parte de los comités y las juntas con el presidente y el vicepresidente.

II. Satisfacción de las necesidades del cliente

Jorge Osorio, director general para América Central, México y la región Andina de Aranda Software

Expuso una historia en cinco capítulos:

1. El CIO es responsable de conformar un grupo de profesionales competentes técnicamente y a nivel del negocio.
2. El grupo de tecnología genera satisfacción en los clientes internos y así la organización aprende cómo se presta un servicio.
3. Los ingenieros con su formación sofisticada pueden generar satisfacción en otros empleados y tendrán buena propaganda.
4. El CIO debe apoyar las iniciativas de mercadeo.
5. El CIO tiene que pensar como el dueño: en nuevos negocios y en la expansión del mercado.

Marta Pinzón, gerente de Infraestructura y Tecnología del RUNT (Registro Único Nacional de Tránsito)

La concesión ofrece un sistema en línea que funciona como el gran cerebro de los trámites de transporte y tránsito en Colombia. Se han hecho 65 millones de trámites de 300 tipos, hay cerca de 11 millones de vehículos registrados y más 10 millones de conductores inscritos. El 100 % de información está disponible las 24 horas, todo el año.

Luis Javier Mosquera, CIO de la Dirección de Servicios de Información y Tecnología (DSIT) y profesor de la maestría MBIT, de Uniandes.

El foco es el cliente, lo cual es algo complejo en una universidad. Para atenderlo

bien, conservarlo y escucharlo, surge la necesidad inminente de tener gerentes de relaciones con los clientes o BRM, (*Business Relationship Management*).

Es sustancialmente más barato si desde el área de Tecnología tenemos un buen contacto con el usuario para estar seguros de que sus iniciativas están acordes con lo que con la institución necesita.

El marco de referencia que usamos en la Universidad para que esa relación funcione es el *Service Level Agreement (SLA)*, el cual es un contrato que permite definir las responsabilidades del cliente y del proveedor, así como las características del servicio.

III. Creación de valor y cualificación de beneficios al negocio

Juan Carlos Orjuela, consultor de GTP (Gestión Tecnología y Proyectos)

La entrega de valor se da con la mejora de las capacidades organizativas y en la forma de implementar TI para dar retorno de inversión.

La mayoría de los proyectos tienen inconvenientes porque no se estructuran hacia un objetivo estratégico de la compañía. La propuesta es cómo alinear y justificar esa inversión en TI.

Perspectiva del cliente, Rohyman Pedro Ramos, de Ecopetrol

Habló sobre el proceso implementado para generarle valor a la empresa.



Francisco Rivas, Banco de la República.

SON es el Sistema de Operaciones de Negocio que apoya el Negocio de Transporte de Ecopetrol y permite integrar información, suministrarla para tomar decisiones y consolidarla para la facturación. Además es la interfaz entre los equipos de campo y los centros de control de operaciones.

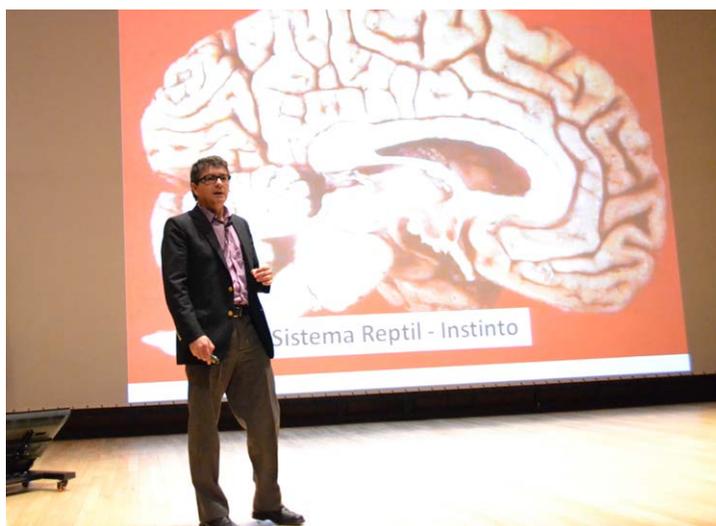
Perspectiva CIO, Francisco Rivas, Banco de la República

En la última década pasamos de un esquema de solución basado en aplicaciones a uno de solución basado en servicios. También buscamos potenciar las áreas a través de la tecnología.

El diseño de gestión de tecnología (que adoptamos) está enfocado en las personas y en generar cultura para que sigan procedimientos plenamente establecidos. Uno de los catalizadores es la alta capacitación en las distintas áreas. Así el ingeniero pasó a ser un analista de negocios hábil para interactuar con proveedores y con capacidad de gestión, entre otros.

Para el enfoque de servicios, como marco general empleamos Cobit (*Control Objectives for Information Systems and Related Technology*). También usamos ITL para gestión de servicios, PMP para gestión de proyectos, entre otros.

Contar con un *framework* que hemos interiorizado y adaptado al esquema del banco, permite aprender del error, progresar y seguir adelante en situaciones críticas. ■



César Botero Villa, CIO de Alpina.