



Víctor López-Barrantes
González. Partner de NTT
DATA Europe & Latam
(antigua everis)

Tecnología y conocimiento de mercado, una combinación ganadora

La histórica consultora everis ha cambiado recientemente su marca por la de NTT DATA. La pertenencia a la corporación japonesa supone para el equipo de la antigua everis una oportunidad de crecimiento, de la que hablamos con Víctor López-Barrantes, responsable de la unidad de SAP en NTT DATA en España, junto a temas como el papel de los datos, la economía conectada o las tendencias de futuro en la consultoría.

EN UN MOMENTO DE CAMBIO EN EL MERCADO A PARTIR DE LA PANDEMIA MUNDIAL, CASI TODOS LOS SECTORES ESTÁN VIENDO UNA CIERTA VOLATILIDAD DE CARA AL FUTURO. EN EL MUNDO DE LA CONSULTORÍA, ¿QUÉ PERSPECTIVAS EXISTEN?

En realidad, lo que hizo la pandemia fue acelerar tendencias que ya existían. Esa volatilidad en la que vivíamos nos empujó a adaptarnos, tanto en la consultoría como en nuestros clientes. Al final, el trabajo del consultor es ir un pasito por delante de sus clientes para ayudarlos en sus transformaciones. Esto

se traduce en que la transformación digital va dejando de ser un discurso innovador para ser un discurso casi tradicional, en el que la flexibilidad de la fuerza de trabajo y de las redes de proveedores es imprescindible. Tanto para la consultoría, como para los clientes, la pandemia ha implicado muchos cambios a nivel humano, y eso no hay que olvidarlo. Esto se plasma perfectamente en el lema del cambio de marca de everis a NTT DATA “Future at Heart”: partimos siempre de la innovación como base, mirando al futuro, pero desde el corazón, sin perder los valores humanos que hemos tenido siempre como everis desde nuestra fundación hace 25 años.

EN EL CASO DE VUESTROS CLIENTES, ¿CÓMO LES HA AFECTADO ESTA SITUACIÓN? ¿CUÁLES SON LAS TENDENCIAS TECNOLÓGICAS HACIA EL FUTURO DE LAS EMPRESAS?

Muchos de nuestros clientes se encontraron de la noche a la mañana con muchos problemas en sus negocios. Y lo primero que valoraron es que estuvimos acompañándolos en un momento en el que lo estaban pasando mal. Creo que eso fue dife-

rencial y les ayudó a mirar hacia el futuro junto a nosotros.

Por otro lado, muchas empresas con las que trabajamos sufrieron una disrupción enorme en sus cadenas de suministro, un incremento de costes, picos y valles en la demanda... aparte de los temas de salud. Con lo cual, desde el punto de vista tecnológico lo que nos pedían era ayudarles a ser más eficientes, a reducir costes, y, sobre todo, a tener mucha información en tiempo real para poder tomar decisiones ágiles basadas en datos. Y por esto creo que a NTT DATA nos consideraron como un buen partner porque hemos sido capaces, con el perfil de consultor que tenemos y gracias a las capacidades de SAP, de proveerles con los servicios de información que necesitaban para acertar en sus decisiones.

ACABAS DE MENCIONAR LA IMPORTANCIA DE LA INFORMACIÓN. ¿POR QUÉ COBRAN TANTA RELEVANCIA LOS DATOS EN EL FUTURO DE LAS EMPRESAS?

Porque los datos en sí no tienen un valor intrínseco. Para que sean útiles hay que convertirlos en información y esa información

Para que las empresas sean sostenibles deben tener diversidad de género, democratización y acceso a las oportunidades

se tiene que traducir en conocimiento aplicable en acciones concretas que te ayuden en el negocio. Y esto va muy alineado con el concepto de empresa inteligente.

Desde nuestro punto de vista, partimos de una base inmejorable al tener los datos transaccionales en el ERP y además las capacidades de SAP HANA, el SAC, el MDG, el Data Intelligence... y el ingrediente clave que es el conocimiento del mercado, porque nuestros consultores conocen los retos de nuestros clientes. Esto permite convertir los datos de los procesos ejecutados en el día a día en conocimiento primero, y después en acciones reales para tomar mejores decisiones para el negocio. El criterio de conocimiento, y esto significa que unos datos mal interpretados pueden llevar a tomar una decisión equivocada. Sabiendo que los datos solo son valiosos si los sabemos convertir en conocimiento, el reto entonces reside en tener las herramientas necesarias, como la capa tecnológica de SAP que nos provee de información valiosa de los procesos de negocio. Es aquí donde se genera el valor competitivo, y si a esto le sumamos el conocimiento de mercado que da el criterio para realizar las acciones necesarias, tendremos la combinación ganadora.

OTRA DE LAS TENDENCIAS CON LAS QUE NOS ENCONTRAMOS EN LA ACTUALIDAD ES LA ECONOMÍA CONECTADA. ¿CUÁL ES TU OPINIÓN AL RESPECTO? ¿QUÉ PUEDE APORTAR A LAS EMPRESAS EN SU FUTURO? Podríamos definir la economía conectada como aquella que se hace en red. Esto supone una gran ventaja ya que por la interconexión que tenemos hoy en día, tenemos un formato dinámico. La economía en red permite colaboraciones dinámicas, en las que el valor de cada nodo va evolucionando y mejora el rendimiento que aporta al conjunto. Para este funcionamiento, nos podemos apoyar en SAP Business Network, una herramienta colaborativa que aún a diferentes agentes de la cadena de valor y rompe el concepto de unidireccionalidad que tenía la cadena tradicional, aprovechando la interconexión.

La potencialidad de la Business Network reside especialmente en que nos da acceso a la información de cómo funciona

cada "actor" dentro de esta red en tiempo real y hace que tengamos más información a la hora de la tomar decisiones. Esta inmediatez nos da agilidad y capacidad rápida de toma de decisión para ganar ventajas competitivas. Es fundamental encontrar los casos de uso innovadores sobre esta Business Network que sean interesantes para el negocio de nuestros clientes. Y en eso estamos nosotros como NTT DATA.

A DÍA DE HOY, PUEDE DECIRSE QUE LA SOSTENIBILIDAD SE HA CONVERTIDO EN UN OBJETIVO ESTRATÉGICO PARA EL FUTURO DE LAS EMPRESAS Y PARA UN MUNDO MÁS SOSTENIBLE, ¿NO ES ASÍ? ¿EN QUÉ MEDIDA VAN RELACIONADAS LA SOSTENIBILIDAD DE LAS EMPRESAS Y LA DE NUESTRO PLANETA?

Es una realidad. Estamos hablando de una tendencia global necesaria. Las empresas deben ser sostenibles o simplemente no tienen futuro. Es verdad que en la COP26 de Glasgow se ha hablado mucho de clima, pero me gusta ampliar el concepto de sostenibilidad más allá: para que las empresas sean sostenibles deben tener diversidad de género, democratización y acceso a las oportunidades, además de otros conceptos que son igualmente importantes – derechos, gobernanza, responsabilidad corporativa en general - y nosotros estamos trabajando en todos ellos. Aquí de nuevo el concepto de "Future at Heart" es muy importante; nosotros sabemos que tenemos que innovar, pero a partir de la visión que tenemos de una sociedad más justa e inclusiva, en la que estamos creando un valor que es duradero en el futuro. Estamos creando algo que es sostenible, no es el crecimiento egoísta de un día para otro. Esto es una prioridad siempre, no una moda pasajera. Siguiendo en esta línea, y centrándonos en la urgencia climática tenemos nuestros propios activos; un tracker sobre tecnología SAP, nuestras fórmulas y algoritmos para trabajar con temas de carbono, de huella de agua, etc.

ESTAMOS HABLANDO DEL CAMBIO QUE TIENEN QUE SUFRIR LAS EMPRESAS DEL FUTURO, PERO TAMBIÉN DEBERÍA HABER UN CAMBIO EN LOS EMPLEADOS. DESDE LA CONSULTORÍA, ¿CÓMO CREE QUE DEBE ADAPTARSE UN PROFESIONAL DEL FUTURO, YA NO SOLO DESDE EL PUNTO DE VISTA TECNOLÓGICO?

La consultoría es una industria de servicios, con lo cual nosotros aportamos el valor del talento de nuestros empleados. Decir que vamos a transformar a nuestros clientes sin transformar a nuestros empleados es un oxímoron, es imposible. La transformación de los empleados, cómo les formamos, los preparamos, los motivamos para vivir

en un mundo en el que puedes trabajar desde cualquier punto, viene antes. Adaptar a nuestra gente para este tipo de trabajo va mucho más allá de la tecnología. Por supuesto, todas las herramientas telemáticas nos han ayudado mucho, pero es más un cambio de mindset, de perfiles muy versátiles que, aparte del conocimiento profundo de la tecnología y de la plataforma de SAP, conocen mucho el mercado, tanto desde el punto de vista de negocio como desde el punto de vista de localismos. El tener gente capaz de trabajar en equipos multidisciplinares es fundamental en este contexto.

Y YA POR ÚLTIMO, ¿QUÉ SUPONE FORMAR PARTE DE UNA COMPAÑÍA COMO NTT DATA?

Ahora mismo, NTT DATA somos la sexta compañía de servicios IT del mundo, con 140.000 empleados en 55 países del mundo. Lideramos desde España la región de NTT DATA Europa y Latinoamérica, con un headquarter regional para 25 países.

Un cambio de mindset, de perfiles muy versátiles que, aparte del conocimiento profundo de la tecnología y de la plataforma de SAP, conocen mucho el mercado

Para nosotros esto supone una grandísima oportunidad. Primero, porque siempre estamos muy orientados a nuestra gente, a poner en valor a nuestros empleados en los distintos proyectos, y que tengamos acceso a expertos de Alemania o de Japón, o los acuerdos de co-innovación que tenemos como grupo con la propia SAP para los casos de uso innovadores supone un potencial que se está realizando ya en este año. Pero, además, nos da acceso a otros mercados –Alemania, Reino Unido, Italia...- en los que ahora ganamos mucha más fuerza. Es un momento muy interesante, muy atractivo para vivir. Yo llevo 18 años en la compañía y he pasado por distintos momentos. Decidimos formar parte del grupo NTT DATA precisamente para poder acometer proyectos todavía más grandes, no nos contentamos con ser los primeros en España, sino que queremos ser todavía más grandes y llevar nuestra visión de orientarnos al cliente con gente buena y buena gente al resto del grupo y convertirnos en referentes mundiales. ■