



6

ACTUALIDAD | ENTREVISTA



**Javier Moreira**  
DIRECTOR GENERAL DE MICROSOFT DYNAMICS ESPAÑA

## “Nuestra apuesta rotunda es ganar cuota de mercado creciendo con nuestros partners”

TRAS DOS MESES DE ASUMIR EL MÁXIMO CARGO DE LA DIVISIÓN DE SOLUCIONES PROFESIONALES ERP (GESTIÓN EMPRESARIAL) Y CRM (GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON EL CLIENTE) DE MICROSOFT EN NUESTRO PAÍS, JAVIER MOREIRA AVANZA LAS LÍNEAS DE ACTUACIÓN PARA LOS PRÓXIMOS MESES.

Javier Moreira cuenta con una experiencia a sus espaldas de más de 11 años de trabajo en Microsoft, en la que ha desempeñado diversas funciones de responsabilidad dentro del área de ventas y desarrollo de negocio, relacionadas con grandes cuentas y partners de la compañía. Es precisamente el trabajo con los socios comerciales de valor añadido una de las principales motivaciones para aceptar la responsabilidad del nuevo cargo.

### ¿Por qué es tan importante su canal de partners en la venta de soluciones ERP y CRM?

El papel de los partners es fundamental porque la venta de las soluciones Dynamics es cien por cien a través de ellos. Mis primeras acciones al frente de la división van en la línea de conseguir un socio más satisfecho y más alineado con la estrategia de Microsoft. Necesitamos empresas comprometidas con Dynamics, expertas en la venta e implementación de estas soluciones. Sin una buena venta, es muy difícil hacer una buena implementación. Nuestra apuesta rotunda es ganar cuota de mercado, haciendo crecer a nuestros socios comerciales.

### Además de los partners, ¿cuáles son las piezas claves de la estrategia de su división?

Trabajar con una plataforma estándar, y las verticalizaciones, donde el partner vuelve a tener un papel fundamental. Ya en la concepción de la solución estamos empaquetando funcionalidades concretas de determinados sectores verticales como son manufacturing, distribución, servicios profesionales y sector público, que hemos incorporado en nuestros productos. Para el resto seguimos trabajando con los partners, con los que ya tenemos 200 verticales.

### ¿Cómo valoran la alianza de Google con Salesforce.com para incluir el servicio AdWords de Google en su solución CRM?

Cualquier actividad de la competencia hay que tenerla en cuenta, pero nuestra mayor competencia en España no está ni en Google, Salesforce, SAP u Oracle, sino en el resto; en una serie de ISVs (proveedores de software independientes) que llevan haciendo muchos años un trabajo importante.

Ahora mismo, en el plan estratégico que tenemos nos dirigimos a las empresas de tamaño mediano. Hablamos de 78.000 empresas, de las cuales el 43% no tienen un ERP, por lo tanto, no hay necesidad de ganar clientes donde ya está la competencia.

### En el caso del CRM, ¿tiene cifras tan concretas de a qué empresas dirigirse?

No me gusta hablar de CRM porque creo que se ha caído en el mismo error que pasó con el ERP, donde las primeras implantaciones fueron largas, tediosas y sin ningún retorno claro de la inversión. Yo creo que lo que hay que hacer es entender al cliente, analizar su nicho de negocio e identificar problemáticas, y entonces sí, decirles que hay procesos que se pueden automatizar con una solución CRM. Para ello se necesita el canal adecuado, y ofrecer mucho valor añadido. En este sentido, estamos hablando con grandes consultoras e integradores de sistemas que han puesto los ojos en nuestras soluciones. Aquí no nos tenemos que limitar ni a la pequeña, mediana o grande, ya que cualquier empresa es susceptible de necesitar un CRM.

### La tendencia de la venta de software profesional pasa por ofrecerlo como un servicio en alquiler. ¿Qué está haciendo Microsoft en este sentido?

Nuestra propuesta es ofrecer al cliente licenciar las soluciones de la mejor manera que considere, bien adquiriendo la licencia, o en la opción alquiler, que evita realizar una gran inversión. En este nuevo modelo de software más servicios, éstos se suministrarán por suscripción, estarán albergados en servidores de Microsoft y de momento serán vendidos por nuestros partners.

### Las pequeñas y medianas empresas suelen sufrir problemas de crédito, más aún en épocas de crisis.

En este sentido hemos lanzado una iniciativa para ofrecer a nuestros clientes a cero coste, financiación para la compra de soluciones Dynamics a 36 meses. Esto es algo revolucionario en el mercado y va a ayudar a las empresas a no perder el tren tecnológico porque en épocas de crisis las compañías deberían mirar a la tecnología como un factor de éxito.



FOTOGRAFÍA FRANCISCO HÉREZ OLIVERA

### Un Convergence 2008 por la innovación

El evento más importante de Microsoft Dynamics para clientes y partners, celebrado los pasados días 19 y 20 de noviembre en Copenhague, contó con la asistencia de 4.000 personas y se abrió con un discurso de Kirill Tatarinov, vicepresidente corporativo de Microsoft Dynamics. Entre otras novedades, anunció la disponibilidad general desde el 1 de diciembre de Microsoft Dynamics NAV 2009, que incorpora nuevas capacidades diseñadas para aumentar el uso del ERP e impulsar la productividad individual y de la organización. Así, incluye centros de funciones personalizadas correspondientes a 21 funciones clave de trabajo, que proporcionan a los empleados herramientas y capacidades de eficiencia acordes con las necesidades de una función particular, mientras que otros atributos "RoleTailored" hacen que las tareas de los empleados sean más sencillas cuando su trabajo les lleva a otras partes de la aplicación. Asimismo incluye capacidades sofisticadas de inteligencia empresarial. Tatarinov también destacó las iniciativas que están desarrollando, dentro del compromiso de la compañía con la innovación orientada al cliente, como es la conexión empresarial para comunidades de Microsoft Dynamics, o la única consola para simplificar la gestión y reducir el coste de propiedad de administración de la solución.

"Es un producto tecnológicamente muy avanzado y flexible"

**JAVIER CRISTÓBAL GRACIA**  
 DIRECTOR DE INFOVAN SOLUCIONES  
 PARTNER IMPLANTADOR DE SOLUCIONES DYNAMICS CRM

Especialistas en la implantación de soluciones CRM, Infovan Soluciones cuenta con 55 implantaciones en España en compañías como NEC Philips Iberia, Ibercaja, Laboratorios Juste o Ahorro Corporación. Su máximo responsable asegura que están teniendo mucho éxito en los sectores que han entendido que el CRM es una buena estrategia, aún en épocas de crisis. Para Javier Cristóbal, las principales ventajas de las soluciones Dynamics es su avanzada tecnología y que se trata de una plataforma abierta, que "nos está permitiendo realizar proyectos más allá de lo estándar, con soluciones a medida, muy personalizadas, con mucha integración alrededor, lo que nos permite crecer en el cliente. Otro aspecto muy interesante es que se puede ofrecer en modo alquiler, lo que va a acercar a la pyme, con una capacidad de inversión más limitada, una tecnología muy puntera".

"Se necesita un implantador que entienda tu negocio"

**JOAQUÍN MARTÍNEZ SALAZAR**  
 DIRECTOR DE INFORMÁTICA DE EZEPELETA PLASTIVAL  
 EMPRESA USUARIA DE MICROSOFT DYNAMICS ERP

Con sede en el norte de España, Ezepeleta Plastival se dedica a la distribución e instalación de madera y derivados, tanto en obra como en particulares. La compañía tiene una larga experiencia en esto del ERP, ya que es usuaria de las soluciones de Microsoft (entonces Navision) desde el año 2000. "Desde entonces hemos ido actualizando versiones, hasta la actual que tenemos, la 3.6, con la intención de migrar a la 5 el año próximo. Para nosotros es una herramienta de trabajo muy importante, que utiliza dos tercios de la empresa, muy bien desarrollada, sólida y que está en buenas manos". La compañía en estos momentos está avanzado en la gestión de roles, una herramienta desde la que se gestionan y configuran fácilmente los roles y permisos en una interfaz gráfica de usuario muy sencilla, y potenciada en gran medida en la última versión del producto.