



IBM apuesta fuerte a SOA en los países de habla hispana del Sur de Latinoamérica

- IBM invierte más de U\$S 1.000 millones anuales en SOA (Arquitectura Orientada a Servicios) y posee más de 300 patentes en este tema.
- La compañía cuenta con más de 3000 clientes en el mundo que ya adoptaron SOA, de los cuales casi 200 corresponden a Latinoamérica. Además, 2.500 asociados de negocios de IBM ya trabajan activamente en SOA.
- En un reporte realizado por el Institute for Business Values, clientes de IBM declararon que la reducción de costos fue la justificación inicial para iniciar un proyecto SOA y que crecieron como resultado de esta estrategia.

Austin, Texas, USA, 15 de marzo de 2007. - Con el objetivo de dar a conocer el nuevo enfoque de los negocios competitivos del futuro y brindar una perspectiva de por qué SOA (Service Oriented Architecture por sus siglas en inglés) representa una evolución que está cambiando radicalmente el paisaje de la industria tecnológica, IBM llevó a cabo el **“SOA Innovation Press Tour”** en Austin, Texas, Estados Unidos. Al evento, asistieron periodistas de Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Uruguay y Venezuela.

Durante las presentaciones y diferentes actividades, IBM presentó las soluciones que hoy demanda la región y el mundo alrededor de SOA: una plataforma que permitirá a las empresas contar con una infraestructura tecnológica integrable, flexible, adaptable y de alto nivel de servicio.

Con la presencia de varios de los más destacados ejecutivos regionales de IBM, se conocieron los beneficios que representa para los negocios el contar con una Arquitectura Orientada a Servicios (SOA). Además, se abordó el posicionamiento de IBM Software como una solución integral que ayuda a los clientes a colaborar, innovar y crecer en su negocio de una manera integrada.

En el año 2006, IBM condujo el Global CEO Study, un estudio basado en entrevistas con más de 750 CEOs, ejecutivos de negocios y líderes del sector público de todo el mundo. Los resultados revelaron que una forma para ellos de sacar ventaja a la competencia era invirtiendo en innovación; siendo la innovación en el modelo de negocio la modalidad que generaba el mayor factor de diferenciación. Y es precisamente este factor diferenciador uno de los valores más fuertes que SOA tiene para ofrecer: la capacidad para reducir costos, generar nuevos negocios y lanzar nuevos productos y servicios en una forma mucho más rápida y flexible.

Asimismo, IBM anunció los resultados de un estudio realizado por el Instituto para Valores de Negocio (Institute for Business Values), "El Valor de Negocio de la Arquitectura Orientada a Servicios" (The Business Value of Service-Oriented Architecture). Este reporte destacó que 92% de los clientes SOA de IBM declararon que la reducción de costos fue la justificación inicial para iniciar un proyecto SOA y que, en promedio, 51% de los clientes vieron sus ingresos crecer como resultado de una estrategia SOA.

Según IDC, el mercado para SOA, que incluye software, servicios y hardware, llegará a los U\$S 21 mil millones en 2007. Por otro lado, The Yankee Group estima que para el año 2010 los proyectos que involucren SOA totalizarán gastos por 11 mil millones. De acuerdo con Wintergreen Research, IBM ya es líder en SOA con el 46% de la participación en el mercado durante el 2006.

"La arquitectura SOA desempeña un papel estratégico en cualquier compañía, porque permite colaborar e innovar, identificar nuevas oportunidades de negocio y poner las necesidades de los clientes en primer plano," comentó Ricardo Fernández, ejecutivo del Grupo de Software IBM para la región de Spanish South America (SSA). "En IBM, nuestra prioridad es ayudar a los clientes a transformar y preparar tecnológicamente para el cambio a sus empresas. Nuestras soluciones de Software basadas en estándares abiertos, ofrecen mayores opciones y flexibilidad, además de un menor costo total de propiedad. SOA busca cambiar la forma en que los clientes compran, instalan y usan la tecnología" agregó el ejecutivo.

Además de dar a conocer la estrategia de SOA, sustentada por productos ampliamente probados en el mercado, IBM mostró cómo la amplia cartera de software de la compañía generó una ganancia de U\$s 18.2 mil millones y creció un 8 por ciento año a año en el 2006 a nivel mundial. De esta manera, el encuentro resultó también oportuno para brindar un panorama acerca de las claves detrás del mayor crecimiento de las ganancias de software de IBM en cinco años.

Para mayor información visite www.ibm.com

Contacto:

Florencia Busto Alvarez
Comunicaciones de Software
IBM SSA – Spanish South America
(5411) 5070-3343
bustoa@ar.ibm.com