

AUSAPE

Asociación de Usuarios de SAP España • Nº 35. Febrero 2015

Borja Vilaseca, en la XXI Asamblea General de AUSAPE

“Donde hay una empresa de éxito, alguien tomó una decisión valiente”

TAMBIÉN EN ESTE NÚMERO

Federico Flórez

CIO de Ferrovial

Daniel González

Mobility Business Manager de Samsung

Especial Asamblea

Amplio resumen del evento



Tecnocom

Proyectando juntos
el futuro



Tecnocom, es una multinacional española con presencia en ocho países y posicionada entre las cinco primeras empresas TIC en el mercado español. Es Partner de SAP desde hace 15 años, durante los cuales ha diseñado e implantado proyectos en más de 100 clientes Cuenta con Consultores altamente cualificados en gestión, consultoría y desarrollo de soluciones SAP.

MÁXIMA CALIDAD EN CADA PROYECTO:

- Miembro de Executive Council SAP EMEA
- Premio mayor volumen de negocios en Business Analytics
- Mayor calidad en Proyectos 2009, 2010 y 2011
- Certificación Partner Center of Expertise PCoE
- Soluciones Certificadas RDS



Tecnocom

www.tecnocom.es

C/ Josefa Valcárcel, 26
Edif. Merrimack, III
28027 - Madrid - España
Tel.: +34 913 253 300
+34 901 900 900

Para más información póngase en contacto con nosotros en info@tecnocom.es

Corazón de María, 6 - 1º
Oficinas 1 y 2. 28002 Madrid
Tel: +34 915195094
Fax: +34 915195285

Consejo Editorial

David Ruiz
Mónica García
Amando Vela
Fernando de la Cruz
Jaume Mariné
Rafael Berriochoa
Xavier Aymerich

Revista AUSAPE

Dirección:

Junta Directiva Ausape

Colaboradores:

Roberto Calvo
Mercedes Aparicio
Olga Lungu
Reyes Alonso

Dirección de Arte

Tasman Graphics

Suscripciones

secretaria@ausape.es

Publicidad

gestor@ausape.es

Redacción

comunicacion@ausape.es
www.ausape.es

Depósito Legal:

M-10955-2007

Edita

AUSAPE

Impresión

Trisorgar

La Asociación de Usuarios de SAP España y la dirección de la revista AUSAPE no comparten necesariamente las opiniones y datos publicados en la revista, ni tampoco se hacen responsables de los artículos, reportajes, opiniones, datos y colaboraciones que aparecen en la revista y están firmados por sus autores, siendo éstos los responsables. No estando permitida la reproducción, distribución o comunicación pública de la totalidad o parte de los contenidos publicados, en cualquier tipo de soporte o medio técnico sin la autorización de Asociación de Usuarios de SAP España.



Xavier Aymerich

Vocalía de Plan Estratégico y Estudio de Imagen y Marca
Miembro de la Junta Directiva de AUSAPE en representación de Roca Corporación

Nuevos retos y nuevo rumbo

Estimados Asociados,

Hay ciertos eventos que se repiten anualmente en AUSAPE. Acabamos de cerrar un ejercicio muy importante para la Asociación con la conmemoración de fechas muy marcadas como nuestro 20 Aniversario y los 10 años de Fórum, y hemos celebrado ya la XXI Asamblea General.

El evento nos ha dejado una foto fija de lo que es hoy AUSAPE y de dónde está. 2014 ha sido un año de cifras mágicas para la Asociación. Récoros históricos en aspectos como el número de Asociados (más de 400); asistencia y patrocinio del Fórum AUSAPE (516 participantes y más de 40 partners que lo respaldaron); número de sesiones organizadas por nuestros Grupos de Trabajo (85) o la participación en las reuniones por parte de las empresas asociadas (2.964 personas).

Son datos muy positivos que, sumados a unas cuentas rigurosas y saneadas, sientan unos sólidos pilares para el futuro. Y precisamente de ese FUTURO se habló en la Asamblea General, ya que se reveló el Plan Estratégico de AUSAPE que define lo que queremos que sea la Asociación en los próximos años.

Esta nueva hoja de ruta recoge unos objetivos estratégicos que pasan por crecer en empresas asociadas y número de usuarios, potenciar productos y servicios de alto valor y utilidad, impulsar la colaboración de los Asociados a la hora de compartir su conocimiento, sus mejores prácticas y su experiencia, ser líderes en los programas de influencia SAP internacionales por la calidad de las propuestas y las soluciones adoptadas a tiempo, así como por dotar a AUSAPE de la estructura y los recursos adecuados a este nuevo rumbo.

Esta edición de la revista dedica un espacio a explicar las líneas de esta iniciativa que llevará a la Asociación al paradigma de la Era del Conocimiento, en la que nos encontramos.

Eso me lleva a recomendaros la lectura pormenorizada del artículo que resume la intervención de Borja Vilaseca, experto en desarrollo personal y liderazgo, que nos habló de "El nuevo paradigma organizacional" como motor del cambio de las empresas. En nuestras páginas también damos cumplida cuenta de las novedades de SAP para 2015, que nos explicó João Paulo da Silva, del informe de gestión 2014..., pero también hemos reservado espacio para acercaros gran parte de la actualidad que se ha producido en el entorno SAP y entrevistas a directivos de primer nivel, que nos hablan de sus prioridades tecnológicas en 2015.

Queda un año de mucho trabajo por delante del que os iremos informando. En mi nombre y en el del resto la Junta Directiva, esperamos que disfrutéis de este número.



Nuestros colaboradores habituales

HELMAR RODRÍGUEZ

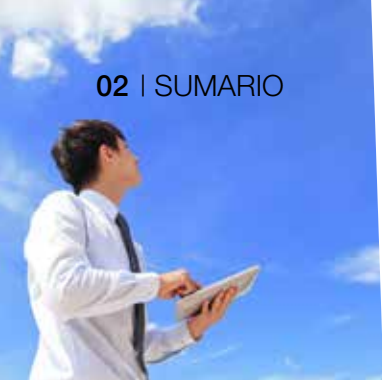
Helmar es Innovation Principal de SAP EMEA. Con una formación que combina el enfoque empresarial con una fuerte base humanista, imparte seminarios de desarrollo personal, comunicación, liderazgo y oratoria en España, Portugal y Latinoamérica. Le puedes encontrar en nuestra sección 'Virus de la Mente' y también en: www.virusdelamente.blogspot.com y www.linkedin.com/home

IGNACIO GONZÁLEZ GARCÍA

Ingeniero de Caminos y Doctor en Psicología. Comparte firma con Helmar Rodríguez en la sección 'Virus de la Mente'.

ANA MARZO

Licenciada en derecho con formación ampliada que combina los aspectos legal y técnico. Ana es socio director de la consultora especializada en tecnologías de la información y comunicación EQUIPO MARZO con una amplia experiencia en propiedad intelectual, protección de datos, administración electrónica, publicidad digital y consultoría y auditoría en seguridad de la información. Autora de numerosas publicaciones y profesora en másteres, cursos y seminarios en las citadas áreas. Puedes encontrarla en nuestra sección 'Rincón legal' y en: @AnaMarzoP y www.equipomarzo.com



DESTACAMOS A ...	03
NOTICIAS	04
ESPECIAL XXI ASAMBLEA GENERAL DE AUSAPE	09
La Junta Directiva expone el informe de gestión 2014	
AUSAPE, ante sus retos. Nuevo rumbo: Plan Estratégico 2014-2017	
Borja Vilaseca nos habló de “El nuevo paradigma organizacional”	
Networking en la XXI Asamblea General de AUSAPE	
João Paulo da Silva nos anticipa S/4HANA	
NUESTROS CIOs OPINAN	22
Federico Flórez, CIO (Chief Information and Innovation Officer) de Ferrovial	
ENTREVISTA	25
Entrevista a Daniel González Fernández, B2B Mobility Business Development Manager de Samsung	
AUSAPE GLOBAL / GLOBAL AUSAPE	28
Entrevista a Stein-Ove Røv, Presidente de SBN (Noruega) y miembro del CLT en SUGEN / <i>President of SBN (Norway) and member of the CLT in SUGEN.</i>	
KOMPLETT GROUP – Director de Tecnología / <i>Head of Technology</i>	
EN PROFUNDIDAD	30
SAP ONE Support: Una experiencia de soporte unificada para los entornos híbridos de On-Premise y Cloud	
Integrar la nube	
Tendencias en tecnología y servicios de RR.HH. para 2015, según NGA	
ARIBA, un elemento estratégico en la cadena de suministro	
La innovación también llega a las pequeñas y medianas empresas	
Universidad Pública de Navarra: 15 años de docencia SAP	
AL HABLA CON LOS ASISTENTES A LOS GTs	44
Entrevista a José David Moreno Acedo de Empresa Municipal de Transportes de Madrid	
Entrevista a Montse Caballero de Grupo Zeta	
EL VIRUS DE LA MENTE	45
De Leonardo a Rafael. Del B2B al C4C	
RINCÓN LEGAL	48
La protección de la propiedad intelectual en el entorno digital	
LA TRASTIENDA	50
Entrevista a Julián Olmo de Prevención Fremap	
FIRMA INVITADA	52
Innovar para alcanzar la madurez digital	



DONATIVO ANUAL DE AUSAPE (pág. 04)
La Asociación entrega su donativo anual a Médicos Sin Fronteras

ESPECIAL (pág. 09)

XXI Asamblea General de AUSAPE



FEDERICO FLÓREZ, CIO DE FERROVIAL (pág. 22)
"El CIO que ha sabido reciclarse y acercarse al negocio, está en una buena posición"



DANIEL GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, SAMSUNG (pág. 25)

"Tras muchos años de proyectos y con las nuevas tecnologías existentes, la movilidad es una realidad"

AUSAPE GLOBAL / GLOBAL AUSAPE (pág 28)

Stein-Ove Røy,
Presidente de SBN (Noruega)
y miembro del CLT en SUGEN



La Asociación entrega su donativo anual a Médicos Sin Fronteras



Como viene siendo habitual, la Asociación ha hecho entrega de su donativo anual a una ONG. Este año la elegida ha sido Médicos Sin Fronteras, la organización médico-humanitaria internacional que asiste a poblaciones en situación precaria, y a víctimas de catástrofes y de conflictos armados, sin discriminación por raza, religión o ideología política.

Durante la celebración de la Asamblea General, la Junta Directiva de AUSAPE hizo la entrega del donativo a Elena Martínez, Responsable de Colaboraciones Estratégicas.

El donativo se destinará al Fondo de Emergencias de la organización. La representante de Médicos Sin Fronteras explicó que este fondo es “una herramienta de financiación que nos permite estar preparados de antemano y actuar de inmediato ante cualquier emergencia, sea cual sea su impacto en los medios de comunicación. En un mundo global tan complejo, disponer de los recursos humanos experimentados, los equipos preparados y los materiales dispuestos y pre-posicionados estratégicamente para salir de manera inmediata donde sea necesario, es la garantía de poder salvar vidas lo antes posible y de manera totalmente independiente”.

Para MSF, 2015 se presenta como un año donde se darán crisis agudas superpuestas unas a otras, continuarán las dificultades en el acceso a esas zonas y la baja capacidad de respuesta de otros actores.

En cuanto a las emergencias actuales, el brote de Ébola en África Occidental podría continuar hasta bien entrado el

próximo año, la crisis en Irak y Siria probablemente empeorarán, las consecuencias del conflicto en Sudán del Sur pueden llegar a ser más graves en 2015 y continuará la incertidumbre y la volatilidad de la situación en la República Centroafricana y Sudán. El deterioro de la situación en el Sahel puede provocar una mayor limitación en la capacidad de respuesta global en la región. Se espera también una mayor violencia y las dificultades de los migrantes a lo largo de las rutas de desplazamiento.

Para la organización médico-humanitaria, es clave apoyar a las poblaciones afectadas por conflictos olvidados y crisis crónicas en países de renta baja, principalmente africanos, que cuentan con frágiles sistemas de salud, tasas de alta mortalidad, numerosos desplazados y refugiados, las limitaciones logísticas y contextos inseguros, pero también a los afectados por nuevas crisis (conflictos relacionados, así como epidemias –cólera, sarampión, meningitis, ébola- y las crisis de desnutrición).

Entre otras prioridades operacionales en 2015, figuran la mejora del acceso de los pacientes a sus centros y servicios, seguir invirtiendo en la rápida respuesta a emergencias, al igual que en la asistencia a víctimas directas de la violencia, incluyendo salud mental, atención primaria y secundaria (cirugía de guerra o conflicto), centros de trauma, etc., fortalecer la atención materno infantil y crear paquetes específicos de ayuda y tratamientos para desplazados y refugiados.

Los pacientes oncológicos del Hospital de Torrejón tendrán tablets durante su tratamiento en el centro

Los pacientes oncológicos del Hospital Universitario de Torrejón, centro público integrado en la red de hospitales de la Comunidad de Madrid, podrán hacer uso de las tablets cedidas por Samsung durante sus tratamientos en el hospital de día y el Centro de Radioterapia del hospital madrileño.

Esta iniciativa es fruto del acuerdo de colaboración entre el Hospital de Torrejón y Samsung, cuya firma ha sido presidida por Julio Zarco, director general de Calidad y Atención al Paciente de la Consejería de Sanidad de Madrid, y que ha contado con la presencia de Pedro Rollán, Alcalde de Torrejón de Ardoz.

La iniciativa se enmarca dentro de las políticas de Responsabilidad Social Empresarial del centro madrileño y tiene como objetivo mejorar la calidad de la experiencia de los pacientes oncológicos proporcionándoles un acceso a una tecnología cada vez más presente en los hogares de nuestro país. Las personas en tratamiento oncológico pasan muchas horas en el hospital de día o en el Centro de Radioterapia del Hospital de Torrejón y esta es una vía para que esas horas resulten menos tediosas. “Quiero agradecer a Samsung la excelente disposición que ha tenido en todo momento y el interés que ha demostrado para que este proyecto llegara a buen puerto. Estoy convencido de que todas las personas que confían en nuestros especialistas para sus tratamientos oncológicos agradecerán te-

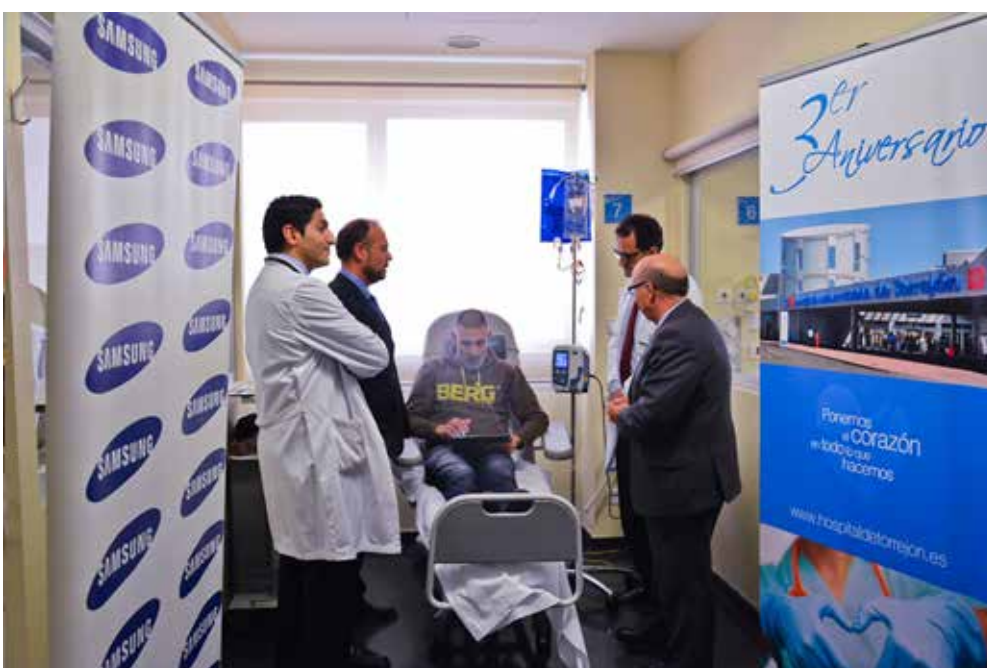


ner la oportunidad de utilizar estos dispositivos durante el tiempo de terapia”, ha indicado el Dr. Ignacio Martínez Jover, Director Gerente del Hospital Universitario de Torrejón.

Por su parte, David Alonso, Responsable del Área B2B de Samsung, señaló que “creemos que la tecnología sólo es realmente útil cuando se pone al servicio de las personas y les hace la vida más fácil y más agradable. De la mano del Hospital Universitario de Torrejón, las personas ingresadas para tratamientos

oncológicos podrán disfrutar de nuestra última tecnología y de una experiencia multimedia incomparable, haciéndoles más llevaderas las largas sesiones hospitalarias”.

El centro madrileño ha instalado puntos WiFi en las áreas del circuito oncológico para prestar servicio a esta iniciativa y que los pacientes del hospital de día y del Centro de Radioterapia puedan conectarse inalámbricamente con los dispositivos cedidos por Samsung. Los pacientes dispondrán de 12 tablets Samsung Galaxy Tab 4 de 10,1 pulgadas, con los que podrán navegar de forma ilimitada, consultar el correo electrónico o leer la prensa a través del dispositivo, ya que el acuerdo incluye acceso a través de Orbyt a Marca, El Mundo, Expansión, etc.



SAP celebra el FKOM y revela los primeros detalles de S4HANA

Del 19 al 21 de enero tuvo lugar en Barcelona el FKOM (Field Kick-Off Meeting), una reunión anual de SAP en la que participan empleados y partners que gira en torno a la estrategia de la compañía, mejores prácticas, metodologías de venta y oportunidades de generación de negocio.

En este evento también se habló de innovaciones de producto. Y en esta área destacó los detalles que ofreció sobre S4HANA, la nueva generación del sistema ERP de SAP, construida de forma nativa sobre la plataforma HANA.

Hasta hace pocos días, poco se sabía de la solución de gestión. Sólo que llegaría con código reescrito para aprovechar las capacidades transaccionales de analítica en tiempo real, ofrecidas a través de una interfaz de usuario final mejorada y simplificada que se basa en SAP Fiori, disponible tanto en Cloud como On-Premise.

Los Grupos de Usuarios en FKOM

Coincidiendo con el SAP FKOM, representantes de SAP GUGO (Global User Group Organization) y varios Grupos de Usuarios, entre los que se encontraban representantes de AUSAPE, UKISUG (Reino Unido e Irlanda), SNB Noruega (Noruega) y SAPSA (Suecia), se reunieron para compartir mejores prácticas en torno a diversos temas. Entre ellos, se barajó la posibilidad de reunir a diferentes miembros de los Grupos de Trabajo -preferentemente Coordinadores y Delegados por su conocimiento e implicación con las Asociaciones-, con los equipos de desarrollo de SAP en Walldorf.

Durante la sesión se realizó una presentación sobre gestión de redes sociales de Grupos de Usuarios, que corrió a cargo de AUSAPE. En ella se compartió información sobre las cuentas de Twitter y LinkedIn de la Asociación, ofreciendo datos como público objetivo, frecuencia de actualización, tipo de contenidos publicados o compartidos e impacto.

Los Grupos también compartieron problemáticas comunes y aquellas iniciativas e ideas que han dado un resultado positivo.



SAP quiere multiplicar por 7 el crecimiento en Cloud de aquí a 2020

Según los resultados preliminares del año 2014, SAP obtuvo unos ingresos totales (no IFRS) de 17.870 millones de euros, mientras que el beneficio operativo no IFRS se incrementó un 3 por ciento en moneda constante hasta los 5.630 millones de euros.

La mayoría de la facturación (no IFRS) procede del software y servicios relacionados, totalizando 14.870 millones de euros.

Hay varios aspectos que la multinacional resalta: ha experimentado un "crecimiento excepcionalmente fuerte" en la nube y también en SAP HANA. Sus ingresos no IFRS por suscripciones y soporte Cloud en todo el año aumentaron un 45 por ciento, al cambio actual y constante, hasta los 1.100 millones de euros. La compañía se ha establecido un objetivo de ingresos por Suscripciones y Soporte Cloud entre los 7.500 y los 8.000 millones de euros y una facturación de entre 26.000 y 28.000 millones de euros para 2020.

Por otro lado, SAP HANA sigue constituyendo un gran motor de crecimiento para SAP. Según informó, ya cuenta con más de 5.800 clientes en esta área y más de 1.850 de Suite on HANA.

Sesión sobre la simplificación del catálogo de licenciamiento de SAP

El pasado 21 de enero, AUSAPE organizó una sesión sobre la simplificación del catálogo de licenciamiento de SAP, con la presencia de Agustín Agudo, Pricing Expert EMEA Region.

El objetivo de esta reunión fue explicar los cambios que SAP ha introducido en su catálogo de licenciamiento a lo largo de 2014 ya que, como explicó el representante de SAP, la compañía está intentando simplificar en todo y también ha escuchado a los Grupos de Usuarios que en diferentes momentos han expresado su preocupación por la cantidad de productos diferentes existentes en la lista.

Resumiendo los principales aspectos, la multinacional no ha cambiado su forma de licenciamiento, pero ha tratado de hacer agrupaciones en paquetes de software que incluye diferentes soluciones, y lo mismo ha ocurrido con los tipos de usuarios – que de más de 80 pasan a menos de 20-, y también el número de métricas, que se reduce significativamente. Ante los cambios, los clientes existentes no se verán afectados, ya que “pueden convertir lo que tienen al nuevo modelo o seguir como hasta ahora, incluso com-



prar productos sueltos de los nuevos paquetes”. Sin embargo, el cliente nuevo tendrá que optar obligatoriamente por el bundle.

Agustín Agudo también mencionó que SAP Fiori y Screen Personas han sido añadidos a las licencias del ERP, así como que para SAP CRM se ha eliminado la licencia por usuario. También se ha eliminado la figura del Usuario Profesional Limitado pero, si un cliente ya lo tiene, podrá ampliarlo aunque se establece por contrato la limitación.

Destacable también es que se ha introducido SAP HANA Base Edition, un paquete básico pensado como punto de entrada y sobre el que el cliente puede añadir funcionalidad en el futuro. Además, repasó las opciones de suscripción a Cloud.

Diversos representantes de empresas asistentes solicitaron a SAP que haga público el catálogo de licenciamiento, aunque son conscientes de que luego se aplicarían descuentos por volumen y otros adicionales. En este punto, explicó las directrices que marca la multinacional son que si una empresa está interesada en un producto, se dirija a su Account Executive.

aprovechar la potencia de SAP

en todas las facetas de su empresa

- Descubra por qué Atos es la tercera empresa de servicios de TI del mundo y quinta en Tecnología SAP.
- Con 10.000 consultores SAP, Atos da servicio a más de 1.300.000 usuarios, con más de 5.000 proyectos SAP implementados en 90 países.
- Haciendo de nuestra compañía una de las consultoras tecnológicas de referencia global.



e-Factura, un reto tanto para el sector público como para las empresas privadas

Como ya es conocido, desde el 15 de enero de 2015 la ley 25/2013 de 27 de Diciembre establece la obligatoriedad de emitir facturas al sector público en formato electrónico y presentarlas, a su vez, en un registro administrativo.

Este hecho es un reto importante a resolver por las empresas proveedoras del sector público ya que tienen que adaptar sus sistemas de TI a la nueva legislación. SAP aporta una solución para esta factura electrónica, pero debemos tener en cuenta una serie de puntos importantes a la hora de implantar la solución, ya que podría ser obligatorio incorporar diferentes adaptaciones en los próximos meses:

- Cada Comunidad Autónoma tiene la facultad de establecer el importe mínimo para el que es obligatorio este registro electrónico. Asimismo, puede realizar modificaciones o solicitar información adicional a la establecida por la Administración Central.
- Existen diferentes portales y puntos operacionales para su pre-

sentación y no todos soportan los mismos certificados digitales para la firma.

- Muchos organismos públicos han empezado su andadura en esta aventura en FACE, porque no disponen todavía de una solución propia, por lo que en un futuro no muy lejano habrá que realizar modificaciones y adaptaciones a nuestro documento o presentarlo en un punto operacional diferente al establecido actualmente.
- Existe la obligación legal de conservar no solo el documento de la aplicación SAP, sino también el documento electrónico con su firma, que se ha presentado en los portales, durante el periodo de tiempo mínimo establecido por Hacienda.

Atos dispone de experiencia contrastada en soluciones de factura electrónica que cumplen la normativa de acuerdo a los formatos establecidos en la Ley, como su registro y custodia, y ha colaborado con la Xunta de Galicia en el impulso de la factura electrónica desde 2010, poniendo a su disposición un grupo de expertos para abordar la solución.

SAP revela S/4HANA, su próxima generación de software empresarial

Durante el lanzamiento, Bill McDermott, CEO de SAP, aseguró que éste es el mayor lanzamiento de la compañía en los últimos 23 años. El 3 de febrero SAP anunció SAP Business Suite 4 SAP HANA (S/4HANA), la próxima plataforma de negocio que ayudará a los clientes a operar de forma sencilla.

La nueva plataforma ERP está construida de forma nativa sobre SAP HANA y diseñada sobre los principios de diseño más modernos, utilizando la experiencia de usuario de SAP Fiori para dispositivos móviles. Según la compañía, con SAP S/4HANA ofrece una innovación y simplicación sin precedentes, combinadas con más de 40 años de experiencia en diferentes sectores en una suite de negocio completamente reimaginada y sólo posible con SAP HANA. SAP ofrece diferentes opciones de despliegue: Cloud, On-Premise y un modelo híbrido.

Como dijo Hasso Plattner, Presidente y fundador de la multinacional alemana, durante la pasada década, una de las críticas más severas a la oferta core de SAP se dirigía a la interfaz de usuario (UI), por no ser atractiva o intuitiva. Ahora con S/4HANA, según Plattner, los usuarios pueden esperar una UI tanto para dispositivos de sobremesa como móviles. Y para todos ellos, el tiempo de respuesta será mucho más rápido dado que la base de datos es ahora in-memory para tener capacidades analíticas y transaccionales.

Así, se ha construido solo para SAP HANA con el fin de romper con todas las limitaciones del pasado y sacar el máximo provecho

de las capacidades transaccionales y analíticas analítica en tiempo real, extendiendo el valor de la simplicidad a todas las líneas de negocio y sectores con una configuración guiada para su adopción; una experiencia de usuario moderna dirigida a usuarios de negocio con todo tipo de roles dentro de una compañía y para casi cualquier dispositivo; un modelo de datos simplificado, una visión al instante en el nivel más alto de granularidad y procesos de negocio en tiempo real reinventados.

La suite permite una entrada a los datos más rápida. En una demo, SAP mostró cómo una organización del tamaño de su tamaño podría analizar rápidamente los resultados de los últimos ocho trimestres en un mercado específico, manejando 245 millones de ítems. Además, tiene en cuenta tanto los datos estructurados como no estructurados.

En palabras de McDermott, "hoy SAP está redefiniendo el concepto de ERP para el siglo XXI. SAP S/4HANA trata de unir software y personas para construir empresas que se gestionen en tiempo real, de forma simple y que trabajen conectadas a redes de negocio".

La solución SAP Simple Finance, anunciada en junio de 2014, ayuda a los clientes a transformar las finanzas con una visión instantánea, y marcó el primer paso en el calendario de SAP S/4HANA. La suite también ampliará el catálogo de soluciones Cloud de SAP como Ariba, Fieldglass y SuccessFactors.

XXI ASAMBLEA GENERAL

La sólida progresión de AUSAPE permite avanzar
en una clara visión de futuro

David Ruiz Badia

Muestra, en nombre de la
Junta Directiva, el nuevo
Plan Estratégico de AUSAPE

Borja Vilaseca

El paradigma organizacional

João Paulo da Silva

Las novedades de SAP para 2015



La Junta Directiva expone el informe de gestión 2014

El 29 de enero tuvo lugar la XXI Asamblea General de AUSAPE en el Hotel Confortel Atrium de Madrid. Un evento que reunió a los representantes de las empresas asociadas para conocer el informe económico y de gestión de 2014, así como el plan de actuación para 2015 y la visión a futuro de la Asociación.

El Hotel Confortel Atrium de Madrid fue el lugar en el que se celebró un año más la Asamblea General, el principal acto institucional de AUSAPE. En el evento los representantes de las empresas asociadas aprobaron el informe de gestión de 2014 y los presupuestos para 2015, además de ratificar en sus cargos a los componentes de la actual Junta Directiva.

ASOCIADOS Y GRUPOS DE TRABAJO

David Ruiz Badía (Enel Energy Europe), Presidente de la Asociación, inició el repaso a un 2014 marcado por el XX aniversario de AUSAPE y los 10 años de Fórum. Durante su intervención destacó que, por primera vez, se ha superado la cifra de los 400 Asociados, cerrando el ejercicio en 402, de los cuales 328 son Asociados de Pleno Derecho y 74 Asociados Especiales.

También fue relevante la evolución de la actividad de los siete Grupos de Trabajo a lo largo del año, y las Delegaciones. En total, se organizaron 85 sesiones en las que participaron 2.964 personas. Estas métricas representan una buena progresión respecto a las alcanzadas en 2013, cuyas cifras se elevaron entonces a 64 y 2.667, respectivamente.

En este punto, David Ruiz puso de relieve el peso que están ganando las sesiones online, llevadas a cabo con el sistema Adobe

Connect, ya que “agiliza el acceso a la información sin desplazamientos, si bien creemos en la importancia de las reuniones presenciales, en función de las temáticas, y su potencial para el networking”, señaló. El año se cerró con un total de 45 reuniones online y 40 presenciales, con una asistencia de 1.906 y 1.058 personas, respectivamente.

EVENTOS Y ACTIVIDAD INTERNACIONAL

Para informar sobre la progresión de los eventos y de la actividad internacional, tomó la palabra Mónica García Ingelmo (Orange España), Vicepresidenta de AUSAPE. “Éste ha sido un año de éxitos en el apartado de eventos”, subrayó. Sobre el Fórum, hizo énfasis en que por primera vez el evento superó los 500 asistentes (con un total de 516). Además, fue una edición en la que se expusieron 16 casos de éxito en implantaciones SAP contadas por los clientes, y en la que también se estableció un nuevo récord de patrocinio, con más de 40 partners que lo respaldaron.

Para la directiva, también son importantes “los elevados niveles de satisfacción” que arrojaron las encuestas de valoración de los asistentes.

En lo que respecta a las actividades internacionales, repasó todas las actividades llevadas a cabo por la Delegación Internacional

en SUGEN y AUSIA. Un año que ha supuesto la consolidación de las relaciones de AUSAPE en los principales foros de decisión SAP, con el objetivo de trasladar más valor a los Asociados.

AUSAPE participó en todas las reuniones ejecutivas de SUGEN que se celebraron y en las sesiones de intercambio de mejores prácticas con las oficinas de otros Grupos de Usuarios, además de estrechar las relaciones con SAP GUGO (SAP Global User Group Organization) y Asociaciones como UKISUG (Reino Unido e Irlanda) o GUSP (Portugal), cuyos representantes fueron invitados a asistir al Fórum. Asimismo, la Asociación está colaborando en la definición de la nueva estrategia de la Red Ejecutiva de Grupos de Usuarios de SAP al ser miembro de su equipo directivo David Ruiz.

En lo que respecta a AUSIA (Asociación de Usuarios de SAP en Iberomérica), se ha aprobado su reglamento de funcionamiento así como un modelo de gobierno de grupos de interés, basado en el de AUSAPE y ASUG Brasil. AUSIA crece y a ella se han incorporado ASUG Ecuador y ASUG Chile, y cuenta ya con un grupo en LinkedIn. AUSAPE lidera la captación de clientes SAP no Asociados.

En 2014 la Delegación ha crecido en número de voluntarios y, así, al trabajo de Mónica García Ingelmo, David Ruiz Badía, y Roberto Calvo y Olga Lungu (de la Oficina AUSAPE), se ha sumado el de Célyne Roy, de Fundación Vicente Ferrer; Marcel Castells, de Azucarera, e Inés Olcoz, de Uralita.

Por otro lado, también mencionó las Jornadas AUSAPE de Puertas Abiertas para Pymes y Soluciones SAP, que se celebraron en Barcelona y que sirvieron para realizar “un acercamiento a este tipo de empresas”, así como el apoyo prestado por AUSAPE para la celebración del I Foro de Soluciones SAP de Sothis en la Universidad Politécnica de Valencia.

En este apartado, también merece mención la participación de AUSAPE en el evento anual de CIONET España donde, además, fue entidad colaboradora en la sesión de tarde: meTECHmorphosis: la Re-evolución Digital.

ACUERDOS Y COMUNICACIÓN

Rafael Berriochoa (ICM), Vocal de Comunicación, fue el encargado de repasar la actividad institucional de AUSAPE así como de informar de la evolución de las acciones de comunicación. El directivo resaltó los acuerdos firmados con Grupo Sothis y CIONET España, así como la relación fluida de continuidad en la interlocución con SAP. En este sentido, agradeció el esfuerzo que realizan Victoria Golobart y Rosa Pardo como encargadas de las relaciones entre SAP y la Asociación y cuya ayuda es importante en temas como la organización de webinars en español, localización de ponentes y expertos de SAP para el Fórum, apoyo a los Grupos de Trabajo o a la hora de disponer de información actualizada sobre el ecosistema SAP, entre otros.

La Junta Directiva también mantuvo reuniones al más alto nivel con la dirección de SAP, tanto con su Director General en España, João Paulo da Silva, como con el Presidente de SAP en EMEA, Franck Cohen, que asistió al Fórum.





En 2014 también se renovó en noviembre el Acuerdo Marco, que rige las relaciones SAP-AUSAPE, y la Asociación volvió a formar parte del jurado en los SAP Quality Awards, además de conseguir descuentos de hasta el 35 por ciento en cursos oficiales SAP para los Asociados de Pleno Derecho.

AUSAPE también estuvo presente en el lanzamiento de la SAP HANA Community en España, cuyo propósito es fomentar el diálogo entre las organizaciones usuarias de HANA, y que compartan experiencias y mejores prácticas.

Finalmente, Rafael Berriochoa repasó los resultados obtenidos en el área de comunicación en tres vertientes: publicaciones, área en la que destacó el nuevo diseño de la revista AUSAPE; comunicación externa y redes sociales (LinkedIn y Twitter), ámbito en el que se han conseguido importantes crecimientos, tanto en su comunidad de LinkedIn como en la de Twitter. En la primera, AUSAPE cuenta ya con más de 9.000 contactos, mientras que en la segunda ha logrado superar los 1.000 seguidores.

Además de obtener una visión general del estado de la Asociación, esta edición fue especial porque se presentó el nuevo Plan Estratégico de AUSAPE, en el que ha trabajado la Junta Directiva a lo largo de 2014 y que se desplegará en el periodo 2015-2017.

LOS NÚMEROS

El informe económico de la Asociación llegó de la mano de Amando Vela (HEFAME), Responsable de Finanzas, Administración y Oficina de AUSAPE, que calificó 2014 como “un buen año”, gracias a un incremento de los ingresos y una contención del gasto, lo que ha permitido concluir el año “con una posición de tesorería por encima de lo aprobado en la pasada Asamblea General”.

En el capítulo de ingresos, el directivo destacó la inscripción récord al Fórum “como catalizador del incremento”, mientras que en el de gastos indicó que “ha habido una fuerte reducción a nivel general, apoyada fundamentalmente en la negociación de costes del Fórum AUSAPE”.

La Asamblea General aprobó tanto este informe como el presupuesto para 2015. La documentación está disponible, bajo registro, para las empresas asociadas a AUSAPE.





AUSAPE, ante sus retos

Nuevo rumbo: Plan Estratégico 2014-2017

David Ruiz Badia fue el responsable de presentar las líneas del nuevo Plan Estratégico de AUSAPE, que se desplegará en los próximos tres años y que es fruto de la reflexión llevada a cabo a lo largo del pasado año para sentar las bases de “lo que queremos que sea la Asociación en los próximos años”, explicó.

El Presidente de AUSAPE expuso a los asistentes el trabajo realizado a lo largo de 2014 en torno al diseño de un nuevo Plan Estratégico, derivado al análisis del estado y posición actual de la Asociación y de dónde quiere estar. Para ello, en el pasado ejercicio se han destinado muchos esfuerzos al análisis de información y a la reflexión estratégica, mediante la organización de brainstormings y Focus Groups, que reunieron en distintas sesiones a Asociados de Pleno Derecho en Madrid y Barcelona, a Asociados Especiales, personal de SAP, así como a los miembros de la Oficina AUSAPE y, por supuesto, de la propia Junta Directiva.

Esto ha servido para trabajar sobre la identidad corporativa de AUSAPE, en temas como la esencia, misión, valores, personalidad, promesa o posicionamiento, así como para identificar objetivos estratégicos. La puesta en común y su análisis han dado como resultado una nueva misión: ser la Comunidad de Referencia en el mundo SAP, y una visión: contribuir al crecimiento y la competitividad de nuestras empresas creando un entorno de colaboración influyente. Misión y visión que se sustentan sobre unos principios que inspiran y guían su actuación que, como explicó David Ruiz, son “colaboración, integridad, innovación, contribución y experiencia”.

El nuevo enfoque pasa por fomentar la competitividad empresarial, facilitar soluciones eficaces, la influencia en SAP y llegar a un

empoderamiento de los usuarios. Esto implica que se identifiquen unos objetivos estratégicos de cara al periodo 2015-2017:

1. Crecer en empresas asociadas y número de usuarios.
2. Potenciar productos y servicios de alto valor y utilidad.
3. Impulsar la colaboración de los Asociados a la hora de compartir su conocimiento, sus mejores prácticas y su experiencia.
4. Ser líderes en los programas de influencia SAP internacionales por la calidad de las propuestas y las soluciones adoptadas a tiempo.
5. Dotar a AUSAPE de la estructura y los recursos adecuados a este nuevo rumbo.

PRÓXIMOS PASOS

A partir de ahora, una vez presentado el Plan Estratégico en la Asamblea General, se procederá al despliegue de planes operativos en 2015, comenzando en el primer cuatrimestre por la preparación de una ruta de actividades y servicios, el desarrollo de un plan de ingresos, el diseño de un programa de captación de socios o el avance en la nueva identidad corporativa y un plan de comunicación integral.

Entre mayo y diciembre, se empezarán a implantar estas iniciativas, acompañadas de métricas de monitorización y seguimiento de la progresión.



Borja Vilaseca nos habló de “El nuevo paradigma organizacional”

Durante la Asamblea, el periodista Borja Vilaseca, experto en desarrollo personal y liderazgo, ofreció una pequeña conferencia titulada “El nuevo paradigma organizacional”, en la que expuso las claves para que los directivos puedan convertirse en el motor del cambio de sus empresas.

Según este especialista en autoconocimiento y autor de numerosas obras sobre el tema, la Era Industrial ha terminado para dar lugar a la Era del Conocimiento, lo que obliga a las empresas a moverse hacia este cambio de paradigma.

No es fácil debido a factores como el imparable proceso de globalización económica o la deslocalización, que están provocando que la competencia sea cada día más feroz, pero también porque “en la mayoría de las empresas, nadie cuestiona la forma en la que se hacen las cosas”, sostuvo.

En su opinión, seguimos haciendo las cosas como nos enseñaron. “Las empresas se abren al cambio y a nuevas formas de hacer las cosas cuando los resultados son insostenibles”, añadió.

Y a ello se suma que “las personas están siendo educadas para el mundo como era antes” y no para el nuevo que se está perfilando.

La crisis económica es una invitación para que directivos y empresas cambien de mentalidad, cambiando, a su vez, la función y el funcionamiento de las organizaciones que lideran. No en vano, “la principal fuente de riqueza ya no es el capital, sino el talento de los profesionales”, subrayó.

A lo largo de la ponencia, dio algunas de las claves para que los directivos se conozcan a sí mismos y se comprometan con su crecimiento personal, convirtiéndose en el motor del cambio que necesitan hoy las empresas, porque “donde hay una empresa de éxito, alguien tomó una decisión valiente”.

LAS CLAVES

El ser humano pasa por tres etapas evolutivas. La primera es la inocencia, que quiere decir ausencia de información. Esta fase se identifica con los niños pequeños, que no están condicionados, no han entrado en un sistema educativo y “no han sido adoctrinados para pensar y comportarse de una determinada manera para ser aceptados como miembros normales de una sociedad”, explicó.

La segunda es la ignorancia, que “son creencias falsas, limitantes acerca de quién soy, cómo funciona o qué necesito para sentirme realmente feliz”, apuntó. Ataño, según este experto, a la forma de concebir el trabajo, la alimentación, el sexo, las relaciones, etc.

La ignorancia no es falta de inteligencia, sino de conocimiento, en este caso de autoconocimiento porque la sociedad nos ha dicho “busca la felicidad, el éxito, todo lo que merezca la pena fuera de ti mismo. Y, por ejemplo, buscamos en el consumo o el dinero algo que jamás podrán darnos”, ahondó. Para él, como las cosas se han hecho siempre de una determinada manera, son muy pocos los que se atreven a cuestionar su forma de pensar porque existe un miedo al cambio.

Sin embargo, hay un método por el que se puede saber empíricamente si una persona está obrando bien y si ‘funciona’ desde la ignorancia, y es por los resultados que obtiene (alegría, tristeza, paz, estrés...). “El indicador más tangible de la ignorancia es el sufrimiento”, apostilló y, además, un rasgo de la ignorancia es el victimismo, con personas que esperan “que otros les rescaten o les resuelvan los problemas”.

Reconocer la ignorancia es “muy doloroso para el ego” pero abre a la persona la sabiduría. En esa tercera etapa evolutiva, el ser humano “está dispuesto a cuestionarse a sí mismo, a la sociedad,

la forma en la que vive, y a abrirse a lo nuevo y a lo diferente. Y el enemigo de la sabiduría es el miedo al cambio”, continuó.

¿Por qué no cambiamos? La razón es porque el miedo a cambiar es mayor que el nivel de insatisfacción y, en este sentido, considera que las personas sólo nos abrimos a él cuando llegamos a una situación “insoportable”. Esto es aplicable a las empresas, que sólo se abrirán a esa evolución cuando los resultados económicos sean también asfixiantes.

EL MUNDO Y SUS DIFERENTES ETAPAS

Tras las eras de los cazadores y recolectores, y la agrícola, llegó la industrial del siglo XIX, marcada por el hecho de que millones de campesinos analfabetos se quedan sin trabajo y emigran a la ciudad donde están proliferando los bancos, el poder del Estado tal y como lo conocemos y, especialmente, las empresas que empiezan a crear fábricas en las que hay cadenas de montaje. “Lo importante era el capital, el sistema productivo, y las personas son tratadas como recursos humanos, como números. No importa ni su talento ni su creatividad, sino su mano de obra barata”, indicó.

Sin embargo, estamos ya en la cuarta gran era de la Humanidad: la del Conocimiento, marcada por la globalización, la subcontratación de sectores profesionales y productivos a países donde la mano de obra es barata como China, India y Brasil, y además se están automatizando y digitalizando muchas otras funciones gracias a las nuevas tecnologías. Por eso, “a las personas que formamos parte de los países ricos, lo que nos queda es aportar mucho valor añadido en la Era del Conocimiento, y eso sólo lo podemos hacer a través de la creatividad, la inteligencia y nuestro talento”.

Según Borja Vilaseca, estamos ante un cambio de era en el que las personas “siguen siendo condicionadas y educadas para



afrontar un mundo que está dejando de existir, y las empresas siguen operando en función de parámetros industriales por inercia hasta que los resultados empiecen a indicar que es hora de cambiar". Y, por eso, para poder adaptarnos y prosperar en esta nueva era es fundamental un cambio de actitud y de mentalidad. Esto es porque la principal fuente de riqueza ya no es el capital, sino el conocimiento, el talento y la creatividad, tanto a nivel emocional como económico y organizacional.

En este punto, subrayó que "tenemos que empezar a creernos que lo más importante que tiene hoy una empresa son sus personas y comenzar por quitar la etiqueta de Departamento de Recursos Humanos y llamarle Dirección de Personas", viendo al ser humano como un potencial por desarrollar y siendo conscientes de que cada persona tiene un talento, una inteligencia y una creatividad diferente. "La gestión de los intangibles va a ser fundamental, y no sólo el apartado tecnológico", prosiguió.

Además, se quejó de que los niños y jóvenes están siendo educados en un sistema educativo diseñado en el siglo XIX, por lo que "hasta que la sociedad no desarrolle una nueva escuela adaptada a la Era del Conocimiento, seguiremos obteniendo esta parálisis, este miedo colectivo y esta insatisfacción en la que vivimos", añadió. El actual sistema nos educa, según el ponente, para ser empleados, para optar a un buen empleo, pero no para montar un buen negocio. La actitud emprendedora se ha ido perdiendo; la creatividad y la imaginación también. Y es el sistema educativo el que forja en todos nosotros un paradigma, que es la visión de la vida, compuesta por creencias, valores, prioridades, aspiraciones, etc.

COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL

En opinión de Borja Vilaseca, ese paradigma genera un determinado comportamiento organizacional. Por eso, hay empresas que denomina "dormidas", gobernadas por el paradigma cultural de la pasada era: la tiranía de los resultados. Sin embargo, en la Era del Conocimiento, el objetivo de una organización no es ganar dinero. "Ésa es su pobreza, es la muerte de su verdadera razón de ser. El fin es crear riqueza, aportar valor añadido, servir, solucionar problemas reales, y el dinero y los resultados vendrán como resultado", sostuvo.

Bajo el paradigma de la Era Industrial, el empleado se siente percibido como una máquina, así que las empresas pagan lo mínimo para que los empleados no se vayan, y los empleados hacen lo mínimo para no ser despedidos. En la Era del Conocimiento, "serán las empresas orientadas al bien común, que empiezan a cambiar su mentalidad, las que van a atraer a personas con talento", aseguró.

En el viejo paradigma, las compañías cuentan con jefes que frenan la creatividad y se impone la rigidez y el control, lo que genera un mal clima laboral. En el nuevo, se establecen relaciones de confianza y se da flexibilidad y autonomía para el empleado, lo que da lugar a un buen clima laboral.

Por eso, es importante que "el equipo directivo de una organización crezca en conciencia, sabiduría, autoconocimiento e implante una nueva cultura, una nueva manera de entender el liderazgo y de concebir a las personas".

En definitiva, para este orador, "esta crisis es una invitación fantástica para que todos nos reinventemos, para que cuestionemos las formas de hacer las cosas de manera que, entre todos podamos mejorar, evolucionar, y gestionar y concebir los proyectos al servicio de la sociedad".



Un repaso a su trayectoria

Es el director del Máster en Desarrollo Personal y Liderazgo de la Universidad de Barcelona, cuya finalidad es que los participantes aprendan a ser verdaderamente felices, tomen las riendas de su vida y emprendan una función profesional útil, creativa y con sentido.

Es el fundador de La Akademia, un proyecto de educación emocional y financiera que promueve de forma gratuita el autoconocimiento y la responsabilidad entre los jóvenes. Y también de la consultora de aprendizaje organizacional Koerentia, especializada en convertir el departamento de recursos humanos en una dirección de personas y valores orientada a desarrollar todo el potencial de los trabajadores.

Es profesor de autoconocimiento en la Universidad Ramón Llull, la UPC, la Pompeu Fabra, en Barcelona Activa y la Fundació Àmbit. Colabora regularmente con El País Semanal y ha publicado cuatro libros: Encantado de conocerme, El Principito se pone la corbata, El sinsentido común y Qué harías si no tuvieras miedo. Parte de su obra literaria ha sido traducida y publicada en 15 países.

www.borjavilaseca.com



A U S A P E

Asociación de Usuarios de SAP España

SE BUSCAN

LÍDERES PARA NUESTROS GTS

Y ÉSE PUEDES SER TÚ

¿EN QUÉ TE BENEFICIA?

Mantenerte al día del entorno SAP

Hacer nuevos contactos

Conocer las experiencias de otros clientes

Revalorizar tu CV

Ser nuestro invitado en el Fórum AUSAPE

(el mayor evento independiente del ecosistema SAP)

Conviértete en Coordinador, y estará al alcance de tu mano

Tu labor consistirá en organizar y coordinar nuestros grupos de trabajo proponiendo temas de interés y fijando las fechas de reunión. Os podréis reunir en nuestras oficinas o mediante Adobe Connect. AUSAPE será el enlace con el contacto de SAP.

Al ser una acción de voluntariado, esperamos proactividad y predisposición por tu parte. Somos una Asociación de empresas, pero quienes de verdad mantienen esto vivo son las personas.

SI TE HEMOS CONVENCIDO,
CONTÁCTANOS EN:
SECRETARIA@AUSAPE.ES - 91 519 50 94



Lidéralo



XXI ASAMBLEA GENERAL DE **AUSAPE**





A U S A P E
Asociación de Usuarios de SAP España



João Paulo da Silva nos anticipa S/4HANA

El Director General de SAP España, João Paulo da Silva, participó en la Asamblea e hizo un repaso a la evolución de la compañía. Además, avanzó algunas de las novedades de SAP para este ejercicio.



Da Silva compartió con los asistentes algunos aspectos de los resultados mundiales de SAP en 2014, recientemente hechos públicos. “Seguimos siendo una empresa sana, fuerte y que crece”, explicó.

El primer directivo de SAP en España destacó que la multinacional continúa creciendo en ventas de licencia de software, tanto On-Premise como Cloud, y subrayó que la tasa de proyección anual de ingresos Cloud ahora es más de 1.700 millones de euros. En este ámbito, João Paulo da Silva se refirió a dos compromisos que la compañía tiene con el mercado. “El primero es que el negocio Cloud crecerá 7 veces más rápido que las ventas de software On-Premise”, mientras que el segundo es que “estimamos que más o menos en 2018 nuestros ingresos por Cloud superen a los procedentes del negocio On-Premise”.

En lo que se refiere a España, el directivo está satisfecho porque “hemos sido el país que más ha crecido en EMEA”. Además, destacó que la filial española también ha sido número 1 en Cloud y la que mayor crecimiento ha tenido en nuevos contratos con un 14 por ciento de crecimiento. “Además, hemos alcanzado una cifra sumamente significativa de nuevos clientes en todos los segmentos en los que operamos”, añadió.

“Estos datos significan que la operativa de España ha funcionado muy bien en 2014”, aseguró, al mismo tiempo que ofreció más datos: “Tenemos 88 nuevos clientes en Cloud, el 50 por ciento de las empresas del Ibex 35 gestionan el área de GRC (Buen gobierno, riesgo y cumplimiento normativo) con soluciones

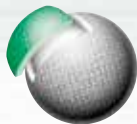
de SAP, y tenemos más de 140 clientes que ya trabajan con SAP HANA. Ya es una realidad en el mercado español, no sólo a nivel mundial”.

NOVEDADES 2015

El directivo indicó que de cara a 2015 el equipo se mantiene estable, ya que “hemos escuchado vuestras opiniones y los clientes no van a experimentar muchos cambios de interlocución comercial”.

A lo largo del año, “vais a escuchar un mensaje importante: ONE Service”, continuó. Y es que a partir de ahora se va a simplificar este ámbito y los clientes ya no interactuarán con diferentes áreas de servicio, sino que tendrán un interlocutor único. Con esta iniciativa, SAP se compromete más “con el éxito del cliente en sus implantaciones y supondrá una mejora de la relación que tenemos con vosotros”.

La otra novedad que anticipó fue S/4HANA, la siguiente generación de Business Suite, construida de forma nativa sobre la plataforma SAP HANA. Llegará con código reescrito para aprovechar las capacidades transaccionales y de analítica en tiempo real, ofrecidas a través de una interfaz de usuario final mejorada y simplificada que se basa en SAP Fiori, disponible tanto en Cloud como On-Premise. La nueva plataforma de negocio, que se presentaba oficialmente el 3 de febrero, se caracteriza por la simplificación, por la mejora de la experiencia del usuario y por una implementación sencilla y mejorada, según el directivo.



REALTECH

ESPAÑA & LATAM

TU PREMIUM LOCAL PLAYER



ES AHORA

TECHEDGE

PREMIUM GLOBAL PLAYER

ESPAÑA & LATAM

TU PREMIUM GLOBAL PLAYER



S O M O S
LOS MISMOS
A H O R A
G L O B A L E S

www.techedgegroup.es

Federico Flórez, CIO (Chief Information and Innovation Officer) de Ferrovial

ferrovial

“El CIO que ha sabido reciclarse y acercarse al negocio, está en una buena posición”

Federico Flórez se incorporó a Ferrovial hace siete años en calidad de CIO y, dos años después, asumió la función de innovación. Nos reunimos con él para que nos hablase de los retos de negocio de Ferrovial, el papel que desempeña la tecnología y la innovación en su estrategia y cuáles son los proyectos que la compañía priorizará en 2015. Además, nos habla del escenario SAP implantado en el grupo, así como de su aproximación a las tecnologías por las que está apostando SAP.

Para contextualizar, ¿cuáles son los retos que afronta Ferrovial?

Hace ya más de 15 años Ferrovial, una empresa con origen en la construcción, decidió internacionalizarse y diversificar su negocio, lo que ha hecho que la organización cambiase drásticamente. Hemos invertido mucho fuera y abierto nuevos mercados, principalmente en Europa y América. Se ha conseguido a base de compras de compañías y también de crecimiento orgánico, y ahora tenemos mucha presencia en Reino Unido (donde somos más grandes que en España), Polonia, Estados Unidos, Canadá, Chile y Colombia.

¿Cómo impactan esos retos de negocio en el Departamento de Tecnología de la compañía?

La expansión y diversificación del negocio lógicamente tiene una implicación directa en la tecnología. Hay aplicaciones muy distintas, ya que los negocios son muy diversos, desde aeropuertos y servicios a autopistas o construcción. La función tecnológica debe dar soporte a todos los negocios y, por tanto, tenemos y manejamos un porfolio más amplio de aplicaciones.

Al mismo tiempo, como grupo hemos buscado sinergias para reducir costes. En este sentido, hemos tratado de centralizar áreas como comunicaciones, infraestructura,

compras, seguridad informática, gestiones internas de RR.HH, financieros, etc.

Por otro lado, cuando abrimos un mercado, es fundamental que la tecnología vaya de la mano del negocio para que disponga de sistemas capaces de soportarlo y que esté en marcha rápidamente.

En definitiva, hemos desarrollado aplicaciones verticales allí donde se necesitaban y hemos hecho transversal todo lo que podía generar volumen y sinergias.

La innovación, ¿qué papel juega en Ferrovial?

Para nosotros, innovación es cualquier invención que cree valor para el negocio, es decir, que tenga impacto en el P&L de la empresa, en su cuenta resultados, en los costes. La vemos como una forma de hacer negocio, de diferenciarnos de la competencia y, por esto, creímos que había que invertir en ella y creamos la función dentro del Comité de Dirección.

Creamos una metodología de innovación, aunque de por sí es una compañía es innovadora desde que nace. De hecho, Ferrovial nace a raíz de que un ingeniero (Rafael del Pino), que es el padre de nuestro presidente, que inventa una forma de poner las traviesas de los ferrocarriles de una forma diferente y más barata.



Una sólida trayectoria profesional

Este ingeniero naval cuenta con másters en dirección de empresas por dos prestigiosas escuelas de negocio: IESE e INSEAD, formación que ha completado con programas en la Universidad de Harvard y el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT).

Ha trabajado en IBM, Alcatel, Telefónica y el Banco de España. Hace siete años recaló en Ferrovial para ocupar la posición de CIO, de nueva creación, y entró a formar parte de su Comité de Dirección. Dos años después asumió también la función de innovación orientada al negocio.

Preside también el Comité de Compras de la compañía.

¿Por qué esa obsesión por la innovación?

Porque si somos diferentes y mejores, pensamos que podemos ir a por proyectos más complejos y que tienen más margen.

¿Cuáles son los pilares de su metodología en este ámbito?

Desde nuestra perspectiva, la innovación tiene tres aspectos a considerar. Uno es el negocio, ya que tiene que aportarle valor. La innovación en esta compañía funciona en base a unos retos de negocio que se establecen año a año. Cada unidad de negocio establece los suyos y buscamos cómo formar proyectos que los satisfagan.

El segundo son las personas, que son las que producen la innovación. Creamos un programa específico para que tuvieran la capacidad, la motivación y las herramientas para innovar. Lanzamos un modelo de innovación abierta, que engloba a empleados pero también a personas, empresas, colaboradores o startups, porque consideramos que nos pueden ayudar a innovar.

El tercer estadio son las herramientas, cualquier elemento que facilita que esas personas innoven y cumplan los retos de negocio. Y ahí entran desde la tecnología, intranets, redes sociales, hasta acuerdos con universidades, colaboradores externos, scouting, gurús, etc.

¿Qué grandes proyectos TI priorizará Ferrovial este año?

Estamos invirtiendo mucho en business intelligence. En los últimos cinco años hemos invertido mucho en grandes infraestructuras y soporte al negocio, y eso más o menos está hecho. Desde hace dos años estamos destinando recursos a dar inteligencia a todo eso, con una capa por encima. De hecho, invertimos más que el sector en business intelligence, un 30 por ciento frente al 20. Esto significa que estamos aportando inteligencia al dato.

Ahora abrimos formalmente Big Data porque queremos integrar el dato externo masivo no estructurado en la empresa para extraerle también valor. Ya tenemos varios proyectos implantados, pero este año le dedicamos un presupuesto y un departamento específicos para crear más.

Por supuesto, siempre hay proyectos de movilidad y ese tipo de cosas que todo el mundo hace pero, sin duda, lo más relevante que haremos este año es Big Data.

¿Por qué es importante para Ferrovial?

No somos masivos en clientes (Ayuntamientos, Comunidades, algún gran cliente en el ámbito privado), pero sí tenemos millones de personas que utilizan nuestras infraestructuras y los activos que gestionamos, en los que tenemos muchos recursos invertidos: miles de camiones, ambulancias, dispositivos de todo tipo...



Esos ciudadanos son muy susceptibles de que les podamos ofrecer productos y servicios aprovechando Big Data. Con la información recogida sobre el tráfico, el tiempo, el posicionamiento de los ciudadanos, podemos optimizar distintos ámbitos de nuestro negocio como agilizar las rutas de los camiones de recogida de basura o facilitar información a los ciudadanos que están circulando en nuestras carreteras. Por ejemplo, en las últimas carreteras que hemos implantado en Estados Unidos, el peaje cambia cada tres minutos y su coste varía en función de cómo está el tráfico en la carretera.

Eso es Big Data para nosotros: gran cantidad de datos externos a la empresa que, si somos capaces de tratarlos y gestionarlos, nos pueden optimizar el negocio. Es el nuevo mundo que viene ahora.

¿Ha crecido su presupuesto tecnológico para 2015?

El crecimiento del presupuesto de tecnología de 2015, con respecto al año pasado, es plano. Dicho esto, el presupuesto se incrementa mucho en nuevas aplicaciones, en nuevas tecnologías y decrece mucho en otras partidas. No me importa tanto el montante global del presupuesto como que cada año hagamos nuevas cosas y nuevos proyectos.

Si lo conseguimos más o menos con el mismo dinero, mejor. Intentamos reducir la parte operativa que da poco valor e invertir el dinero en cosas de valor, en nuevos proyectos.

¿Cuál es el escenario SAP que tiene implantado Ferrovial?

Tenemos SAP como sistema de gestión desde hace bastantes años, y desde él se lleva a cabo la consolidación financiera y de tesorería, la gestión de RR.HH y de cualquier dato crítico. Se hace aquí en España. Siempre miramos a SAP en nuevas funcionalidades, y siempre vemos qué nos puede ofrecer como primera alternativa, aunque a veces no la utilizamos.

¿Cuál es su aproximación de Ferrovial a las tecnologías por las que SAP está apostando?

Tenemos SAP Ariba para compras; estamos haciendo algún piloto en soluciones de movilidad y hemos hecho alguno en SAP HANA pero no lo tenemos, entre otras cosas, porque es muy caro.

No dudo de ninguna bondad de HANA, sino todo lo contrario. Estoy más que convencido en el concepto pero, desde luego, una vez que entras en HANA estás más cautivo en SAP. Salía muy caro y la compañía no ha facilitado la implantación si no es pagando mucho dinero. Teniendo en cuenta que hay otras alternativas en el mercado, pienso que ahí tiene que ser mucho más agresiva.

Con las otras soluciones que hay en el mercado también ocurre lo mismo, pero si estás sólo con SAP para todo, te haces



más cautivo. Y si el coste de salida es caro, es complicado. Su política de precios no es buena.

¿Qué ha cambiado?

Conozco SAP desde hace muchos años. Sin duda, es el mejor ERP del mercado y es la solución más fiable, pero lo que he notado en la compañía es que son muy inflexibles con la negociación ahora y demasiado agresivos con el cliente.

Si quieres hacer un salto estratégico hacia modelos cloud y llevar a los clientes hacia la nube, esa transición no la tiene que pagar el cliente, la tiene que pagar la compañía. Ellos están siendo tremendamente agresivos con su mercado tradicional, a costa de que te pases a una solución que te hace más

cautivo. Creo que su política de gestión comercial y de precios está siendo dañina para ellos a medio y largo plazo. Ahí soy un poco crítico.

No obstante, estamos contentos con el sistema SAP. Cuando abrimos un país lo hacemos en SAP, con una solución paquetizada, que nos permite llegar y desplegar rápidamente.

Y el papel del CIO en una organización, ¿cómo ha evolucionado?

El rol ha cambiado mucho. Antes era un puro tecnólogo que implantaba tecnología en la compañía, un elemento poco relacionado en la empresa. Un perfil de gente que automatizaba labores y eso ha cambiado radicalmente porque la tecnología ahora está en todas partes y los negocios demandan más soluciones tecnológicas, conocen mejor la tecnología. Se ha pasado a un estadio en el que los consejeros delegados consideran que esto es importante y que se puede sacar más valor a la tecnología.

Y ahí el CIO que ha sabido reciclarse y acercarse al negocio, está en una buena posición. Y hacerlo no es fácil, te tienes que reciclar en conocimiento del negocio, en tu lenguaje, en tu comunicación, visibilidad, y tienes que desempeñar un papel diferente. El que se ha quedado en la parte tecnológica, ha venido a menos.

También es cierto que influye la cultura de cada empresa y la importancia que la alta dirección le da a la tecnología. Si no se reconoce su valor, es difícil que el director de tecnología entre en el Comité.

Finalmente, ¿qué le aporta a Ferrovial su pertenencia a AUSAPE?

No somos los más listos de España y nos gusta aprender de los demás y ver lo que hacen. AUSAPE nos proporciona una buena manera de compartir prácticas, proyectos y conocimiento. Llevamos ahí toda la vida. Nos resulta muy cómodo y fácil estar ahí. Estamos por el hecho egoísta de aprender de los demás y de dotar a nuestra empresa de mejores herramientas SAP.

Entrevistamos a Daniel González Fernández, B2B Mobility Business Development Manager de Samsung

“Tras muchos años de proyectos y con las nuevas tecnologías existentes, la movilidad es una realidad”



Hacemos con Daniel González, de Samsung, un recorrido por la situación actual de la movilidad y las próximas tecnologías que están a punto de llegar. Nos cuenta que “en unos tres años ya nadie recordará los puestos de trabajo basados en un portátil o PC anclado a una mesa de despacho. Todos dispondremos de lo necesario para poder acceder a nuestro día a día en movilidad”.

¿Cuáles son las fortalezas de Samsung en B2B que no ofrecen otras compañías?

Como fabricante de dispositivos disponemos del abanico de soluciones móviles más amplio, tanto en la gama smartphone como en la gama tablet. El objetivo es poder cubrir todas las necesidades de los usuarios profesionales, sean autónomos, pymes o grandes corporaciones. Además, por poner un ejemplo, el mejor dispositivo para un usuario de trabajo en campo no tiene por qué ser el mejor para un ejecutivo. En Samsung existe un modelo para cada necesidad de uso.

La movilidad es una de las tecnologías que todas las firmas de análisis califican como disruptiva, junto con Cloud, Social Business y Big Data. ¿Qué ventajas y riesgos tiene la movilidad para una empresa?

La toma de decisiones correctas en el instante adecuado depende de la cantidad, calidad y momento de la información analizada. La franja que separa el horario laboral del horario personal es cada vez más difusa. Es por este motivo que disponer de buenos dispositivos y comunicaciones en todo momento y en cualquier lugar es imprescindible para cualquier empresa o trabajador. El acceso remoto (lo que llamamos en movilidad) a las aplicaciones de negocio e información de la empresa es el factor más destacado a la hora de aumentar la competitividad de cualquier empresa.

Es cierto que existen riesgos, como los hay en cualquier tipo de cambio pero, tras muchos años de proyectos y con las nuevas tecnologías existentes, la movilidad es una realidad. Con una buena solución móvil, que contemple sobre todo los factores de seguridad y escalabilidad, cualquier proceso es ‘movilizable’ con altos resultados en beneficios, tanto para los usuarios como para la empresa.



En unos tres años ya nadie recordará los puestos de trabajo basados en un portátil o PC anclado a una mesa de despacho. Todos dispondremos de lo necesario para poder acceder a nuestro día a día en movilidad.

Hablemos del mercado local. ¿Hay una apuesta decidida por la movilidad en la empresa española?

Sí, por supuesto. España es uno de los países europeos con más proyectos de movilización en marcha. No obstante, es necesario que maduren, generen confianza y seguridad para que podamos hablar de un estándar adoptado por las empresas de forma masiva. Se necesitan compañeros de viaje grandes y activos que ayuden a los responsables de tecnología y del negocio a dar el paso hacia la movilidad sin asumir más riesgos que el propio del cambio de método de trabajo. Tenemos casos reales de compañías que han dado el paso de movilizar procesos antes impensables que están obteniendo grandes resultados en términos de aumentos de productividad, mejor gestión de inmovilizados y mejora en la atención a sus clientes.

¿En qué mercados verticales están centrando sus esfuerzos en España?

Samsung dispone de una gama de productos muy amplia, desde los teléfonos tradicionales a los teléfonos inteligentes, impresoras,

“En unos tres años ya nadie recordará los puestos de trabajo basados en un portátil o PC anclado a una mesa de despacho”

monitores, tablets, etc. Con esta completa gama, disponemos de soluciones profesionales para todos los verticales. Sí que es cierto que algunos segmentos son más activos en el uso de uno u otro producto pero, en general, aunque en España nos dirigimos a todos los verticales, los sectores de la banca, hospitality y educación son los más activos.

Describanos algún proyecto innovador que esté desarrollando Samsung con alguna empresa española. ¿Qué tecnología innovadora despegará durante 2015?

Sin duda alguna, NFC (Near Field Communications) es la tecnología que se afianzará como un estándar de comunicación seguro para transacciones y acciones de uso cotidiano. Empresas de transporte, banca, tickets y cerraduras están planificando

grandes lanzamientos de sus servicios basados en este nuevo soporte. NFC abre nuevas formas de interacción con el usuario. La sustitución de las tradicionales tarjetas de plástico, los billetes de cartón, las entradas de papel y las llaves metálicas son ya una realidad. Tras años de pruebas, proyectos pilotos y grandes alianzas, podemos asegurar que 2015 será el año del despegue definitivo y masivo de esta tecnología. Desde Samsung hemos estado trabajando con todos los actores necesarios en este nuevo ecosistema. Las pruebas en todo tipo de sectores han sido muy satisfactorias. Ahora tan sólo queda que podamos disfrutarlo a nivel de usuario.

DESTACAMOS...**¿Cuál es la filosofía Samsung en el uso de la tecnología NFC?**

Para Samsung, el futuro próximo pasa por utilizar el smartphone como centro único donde almacenar todas las tarjetas que llevamos en la cartera o monedero, así como todas las llaves. El móvil es lo primero y lo último que tocamos antes de irnos a dormir o justo cuando nos levantamos. Lo llevamos siempre encima. Si nos ayuda a almacenar de forma ágil, segura y accesible toda la información importante ¿para qué necesitamos cargar con tarjetas de plástico, billetes de cartón o llaves de metal?

La filosofía NFC de Samsung

Imagina que tu teléfono pudiera ser tu monedero.

Múltiples tarjetas y llaves en tú cartera, monedero y bolsillos

Múltiples tarjetas y llaves en tú teléfono

© Samsung Electronics. All Rights Reserved. Confidential and Proprietary.

¿Por qué dispositivos de Samsung están optando?

Casi el cien por cien de nuestra gama de smartphones dispone de serie de la tecnología NFC, que también podemos llamar “contactless”. Esto permite que todos los proyectos en los que estamos trabajando con nuestros clientes puedan ponerse en marcha con dispositivos de altas prestaciones y con dispositivos económicos. Recientemente también hemos incorporado la tecnología NFC en dispositivos tablet, con el modelo Galaxy Tab Active, primer tablet del mercado al que podemos cambiar la batería como si fuese un smartphone, entre otras muchas características que lo hacen único.

Sus tablets y smartphones en el entorno Android están claramente posicionados en el mercado, pero otra de sus grandes apuestas son los wearables. ¿Cómo está yendo el mercado español en ventas y qué aplicaciones pueden tener en la empresa?

Los wearables son una nueva categoría que en Samsung acaba de cumplir el primer año de vida, con el lanzamiento del cuarto modelo, el Galaxy Gear S, primero del mercado con comunicaciones y GPS incluido. Ha sido muy bien acogido por la empresa española. Tenemos varios proyectos con clientes que verán la luz en breve y que nos demostrarán lo útil que son estos dispositivos de muñeca para las empresas. Un claro ejemplo ha sido el lanzamiento de la primera tarjeta de embarque en smartwatch de Iberia. Con Galaxy Gear ya podemos acceder al aeropuerto y embarcar con esta aerolínea, ya que esta aplicación ya está disponible para todos los usuarios de Samsung en España. Otras grandes marcas están a punto de lanzar sus “aplicaciones de muñeca” para nuestra gama de relojes Galaxy Gear.

Su CEO BK Yoon ha centrado su intervención en CES en el Internet de las Cosas, ¿cuál es la visión de Samsung y qué puede aportar IoT (del inglés) a los entornos empresariales?

Cada vez necesitamos más información y mejor control de todo lo que nos rodea. La autonomía en la comunicación con los objetos que nos rodean, es esencial. En las empresas ya no es ninguna novedad poder controlar los sistemas de alarmas de forma remota, cámaras, sensores, etc. hablan con las centralitas, que controlamos de forma remota. Ahora se abren nuevas posibilidades. Por ejemplo, cualquier maquinaria como el equipamiento de auto-vending, puede interactuar directamente con nuestros sistemas de stock. Es tan sólo un ejemplo de las posibilidades que se nos abrirán a lo largo de este año en la aplicación de IoT en el ámbito empresarial. También veremos grandes avances a nivel doméstico.

Usted participa activamente en las iniciativas de AUSAPE como el Fórum. ¿Qué opina de este evento y qué le aporta a Samsung su pertenencia a la Asociación?

Hace ya cuatro años, decidimos participar por primera vez en el Fórum y, desde entonces, todos los años nos ha sorprendido la implicación cada vez mayor de todos los asistentes. Es un foro en el que nos sentimos como en casa, rodeados de amigos que se acercan a nosotros para saber más de nuestra marca, trasladarnos sus inquietudes y solicitar nuestros consejos y ayuda. Y a nosotros nos complace poder ayudar a tantas empresas con nuestras soluciones y aportaciones tecnológicas.

Nos gusta poder participar de las sesiones y comprobar año tras año que seguimos ampliando el número de asistentes a nuestras sesiones, y que mejoran las valoraciones que hacen de nuestras ponencias. Por eso, trasladamos nuestra enhorabuena por la organización a toda la dirección de AUSAPE y, en especial, a Mercedes, Olga y Roberto. ¡Nos veremos en el Fórum!

Stein-Ove Røv

Presidente de SBN (Noruega) y miembro del CLT en SUGEN /
President of SBN (Norway) and member of the CLT in SUGEN

Komplett Group

Director de Tecnología / *Head of Technology*



**“Tenemos
una relación
muy buena
con todas las
organizaciones
de SAP”**

***“We have a
very good
relationship
with all SAP
organisations”***



Cedemos la palabra a Stein-Ove Røv, Presidente del Grupo de Usuarios de SAP de Noruega, que nos habla de la evolución de esta Asociación, sus hitos y las áreas en las que quiere crecer.

We give the floor to Stein-Ove Røv, Chair of SNB, the SAP Norwegian User Group, who talks about its evolution, its milestones and the key areas where they have focused their growth.

¿Cuándo se creó el Grupo de Usuarios y quiénes fueron sus impulsores?

El Grupo de Usuarios se gestó en los años 90, impulsado por el director de SAP en nuestro país. Aunque ya está jubilado, a veces asiste a nuestras conferencias y eventos. Creía que los sistemas SAP debían tener un Grupo de Usuarios local y se puso en contacto con los principales clientes para pedirles que formaran un equipo de liderazgo. Se dedicaron recursos a activar el Grupo de Usuarios, que siguió en funcionamiento durante unos cuantos años hasta llegar a una época de inactividad. Las actividades se volvieron a iniciar a principios del año 2000 y el Grupo ha estado muy activo desde entonces.

¿Cómo ha evolucionado el número de miembros desde su fundación?

Comenzó con siete miembros y ahora tiene 100, es decir, un amplio porcentaje. Muchos de nuestros miembros son grandes grupos de clientes y gran parte de la comunidad de usuarios participa cada año en nuestra conferencia anual.

¿Cuál es el perfil de las organizaciones pertenecientes al Grupo de Usuarios?

La base del Grupo de Usuarios son las empresas de mayor tamaño. Acabamos de iniciar una invitación para abrir el Grupo a miembros personales y estamos evaluando el resultado de esta iniciativa.

En su opinión, ¿qué valor estratégico aporta el Grupo de Usuarios a las empresas que lo constituyen?

Obtenemos información estratégica sobre próximas soluciones, al mismo tiempo que conocemos la experiencia de otros que ya han probado estas nuevas soluciones. Además, el intercambio de mejores prácticas para las soluciones ya instaladas nos beneficia a todos.

¿Cómo es la relación entre el Grupo de Usuarios y SAP local y con SAP AG?

Tenemos una relación muy buena con todas las organizaciones de SAP. Están interesadas en mostrar nuevas soluciones y a nosotros nos interesa aprender sobre las novedades, por lo que esto también nos beneficia a todos.

¿Cuáles son los hitos principales como Grupo de Usuarios de SAP?

El Grupo de Usuarios avanza lentamente y no siempre resulta sencillo ver los principales hitos, pero al instaurar el nuevo sistema de la comunidad, se ha incrementado la calidad del trabajo y se ha facilitado la administración del Grupo. Un hito para nuestra cooperación internacional fue el cambio en la lista precios que SAP realizó en las interfaces de usuario, que ahora forman parte del mantenimiento.

¿Cuáles son sus objetivos principales para los próximos 2-3 años?

Queremos que nuestro evento anual crezca. SAP ha crecido y abarca un amplio abanico de soluciones, por lo que nos gustaría atraer también a los nuevos grupos destinatarios relacionados con los nuevos productos.

¿Qué ventajas tiene para el Grupo de Usuarios el hecho de formar parte de SUGEN?

La posibilidad de aprender unos de otros, así como tener una voz unida y fuerte al ir juntos.

“Queremos que nuestro evento anual crezca”
“We want the yearly event to grow”

When was the User Group born and who was the person(s) who triggered it?

The User Group was born in the 90th, at the time triggered by the country manager of SAP. He is today retired but joins sometimes our conferences and events. He thought SAP systems should have a local UG and contacted the biggest customers and asked them to form a leader team. Resources were dedicated to make the UG active and this went on for a few years after it more or less fell a sleep for a period. There was a restart in beginning of 2000 and it has been very active since.

How has the evolution of the number of members been since its foundation?

It started with 7 and is now 100 so in percentage large. Many of our members are large customer groups and a large part of the user community joins every year our yearly conference.

The profile of the organisations that belong to the UG?

The largest companies form the basis for the UG. We just started an invite to open up for a personal membership and are now carefully evaluation the result of this initiative.

From your point of view, what is the strategic value that the User Group offers to its member companies?

We get strategic insight in upcoming solutions combined experience from others who have tried these new solutions. In addition there is also a win-win in the exchange of best practices for the older installed solutions.

How is the relationship between the User Group and SAP local and with SAP AG?

We have a very good relationship with all SAP organisations. They are interested in showing new solutions and we are interested in learning about the new stuff so its a win-win also in this area.

Which are the major milestones as SAP User Group?

The UG goes slowly forward and its not always to easy to see the major milestones but as we got the new community system in place this raised the quality of all work and made it easier to administrate the group. A milestone for our international cooperation was the change in pricing SAP made for User Interfaces, which now are part of maintenance.

What are your main goals for the next 2-3 years?

We want the yearly event to grow. SAP has grown and covers such a broad palett of products we would like to attract also the new target-groups related to the new products.

What are the advantages for the User Group of being part of SUGEN?

The possibly to learn from each other and the strong united voice we form together.



Bernhard Luecke
SAP Country Support Manager para España y Portugal



SAP ONE Support

Una experiencia de soporte unificada para los entornos híbridos de On-Premise y Cloud

Para conseguir que el soporte que necesita le resulte lo más sencillo posible, independientemente de si trabaja en un entorno de software híbrido On-Premise o en Cloud, SAP ha creado el programa SAP ONE Support.



Si su empresa es como la mayoría, estará inmersa en el proceso de transición del entorno del software existente a Cloud añadiendo paulatinamente estos componentes. Así es como se debe hacer, aunque esta transición gradual dé como resultado un entorno híbrido que puede resultar difícil de gestionar, ya que está adoptando dos enfoques muy diferentes con respecto a la informática empresarial de forma simultánea. ¿Cómo pueden afrontar este reto?

SIMPLICACIÓN Y MÁS VALOR

SAP ONE Support se ha diseñado para potenciar la simplicidad mediante la armonización de las ofertas de soporte y la drástica reducción de la complejidad de la gestión de los entornos híbridos. Este programa ofrece una experiencia de atención al cliente única, así como procesos de soporte alineados y la infraestructura necesaria, independientemente de si utiliza soluciones de SAP On-Premise, la cartera de soluciones SAP Cloud o una combinación de ambas alternativas. Este enfoque le permite ser más innovador, realizar las implementaciones con mayor rapidez y operar con mayor eficacia.

Además de proporcionar a la empresa el soporte necesario para la implementación del software en las instalaciones, SAP ONE Support también le ayuda a gestionar entornos de software híbridos con éxito. Como resultado, puede establecer el mejor modelo de implementación para su compañía y la transición a la nube siguiendo su propio calendario.

En consecuencia, obtiene un portal y una plataforma únicos para todas las actividades de soporte y una gestión integral del ciclo de vida útil de todo el entorno de software de SAP. SAP ONE Support le permite centrarse de forma más eficaz en los procesos empresariales que generan beneficio, en lugar de en la mecánica de la tecnología subyacente.

LA TRANSICIÓN A LA NUBE: LA EVOLUCIÓN DE LAS OFERTAS DE SAP ENTERPRISE SUPPORT

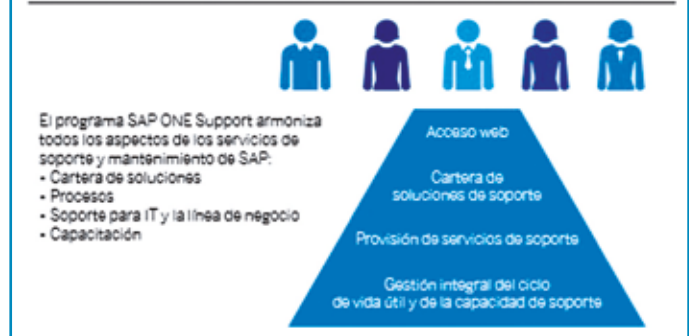
SAP ONE Support, que se encuentra disponible con las ofertas de SAP Enterprise Support, se centra en la optimización de la experiencia de una empresa como cliente. Piense en SAP Enterprise Support como oferta de soporte base para todo su entorno de software, independientemente de la combinación que componga su escenario de implementación. Por ejemplo, puede que esté ejecutando soluciones de SAP On-Premise y software de Cloud, como la solución SuccessFactors Employee Central Payroll de SuccessFactors o la red de proveedores basada en la nube de Ariba (ambas empresas de SAP). Con SAP ONE Support, recibirá la misma atención proactiva que espera de SAP Enterprise Support para su software en las instalaciones que para las soluciones de la cartera SAP Cloud.

UNA EXPERIENCIA INTEGRAL A TRAVÉS DE SU ENTORNO DE SOFTWARE

¿Qué puede esperar de SAP ONE Support? Para empezar dispone de la gestión de incidentes integrada para lograr una experiencia global en todo su entorno de software. Ya no tiene que preocuparse por contactar con la unidad apropiada de soporte de SAP. Todas las interacciones se transmiten y se distribuyen internamente a través de SAP.

También se encuentra disponible un proceso de escalado estandarizado para los entornos de software híbridos, en On-Premise y en Cloud. Todos los canales de comunicación, los procesos y los mecanismos de generación de informes están alineados para hacer frente a situaciones críticas de los clientes, independientemente de

Ilustración: El programa SAP ONE Support proporciona excelencia en los servicios de ingeniería tanto para la empresa como para IT



SAP ONE Support ayuda a un cliente de SAP a:

- Innovar más con directrices y mejores prácticas sobre la manera de avanzar en un contexto híbrido.
- Realizar las implementaciones más rápidamente con servicios expertos de ingeniería para una mejor integración.
- Desempeñar de forma más eficaz sus actividades con una asistencia que le ayuda a gestionar mejor su entorno de software híbrido.

Independientemente del escenario de implementación que elija, SAP ONE Support permite maximizar el valor de su entorno de software en un momento de creciente complejidad con respecto a las tecnologías informáticas.

su escenario de implementación de software. Además, el soporte para la integración de On-Premise y Cloud se encuentra disponible en centros seleccionados denominados “mission control centers” ubicados en las instalaciones de SAP.

La solución de gestión de las aplicaciones SAP Solution Manager desempeña un papel fundamental para aquellos clientes que utilizan SAP Enterprise Support en las implementaciones On-Premise. Puede utilizar SAP Solution Manager 7.1 junto con SAP Enterprise Support en escenarios de implementación híbrida para gestionar el control de IT y los escenarios basados en la documentación, como la documentación de las soluciones, la gestión de pruebas y la gestión de las solicitudes de cambio.

Con respecto a la integración técnica, puede utilizar SAP Solution Manager para:

- Realizar un seguimiento de la experiencia del usuario final con el fin de gestionar mejor la disponibilidad y el rendimiento de las soluciones SAP Cloud.
- Acceder a procedimientos guiados para la creación de resoluciones de alertas para la plataforma SAP HANA y la solución SAP Hybris B2C Commerce.
- Supervisar las interacciones entre los componentes de On-Premise y Cloud, como las tecnologías SAP NetWeaver Process Integration y SAP HANA Cloud Integration.

LAS OFERTAS PREMIUM SON MÁS VALIOSAS QUE NUNCA

Nuestras ofertas de soporte Premium con compromiso a largo plazo, SAP MaxAttention y SAP ActiveEmbedded, proporcionan un valor adicional. Con SAP ONE Support, estas ofertas se pueden ampliar a soluciones en Cloud a través de las extensiones de soporte Premium de SuccessFactors y Ariba. Esto mejora la experiencia de soporte para SAP Cloud mediante la incorporación del soporte de SAP en las organizaciones empresariales y de IT. Para estos compromisos de soporte Premium, ofrecemos una completa integración en todas las aplicaciones de SAP, tanto en On-Premise como en Cloud.

El cliente puede obtener beneficio de SAP HANA con la aplicación workshop de Cloud para definir su estrategia. Si participa en este workshop, puede comprender mejor nuestra estrategia sobre las plataformas y poder sacar partido de ella. Durante este servicio, trabajaremos juntos para crear un road map adaptado a sus necesidades y crear un plan de implementación técnica para las soluciones en Cloud de próxima generación. Este taller está dirigido por un arquitecto de ingeniería que trabaja en estrecha colaboración con expertos implicados en Premium Support Engagements.

Además, SAP ONE Support permite disponer de un modelo de compromiso y de control unificado para todas las soluciones, lo que hace que todas las ofertas relacionadas con el soporte resulten aún más valiosas, puesto que las empresas adoptan entornos de software híbridos e inician la transición a cloud. Y, para las empresas que optan por un entorno en Cloud únicamente, las ofertas Premium de Cloud se encuentran disponibles como soluciones independientes.

AUMENTO DE LA EFICACIA EN LOS CENTROS DE CONTROL

Con la adopción de SAP ONE Support, su Innovation Control Center o su Operations Control Center serán más eficaces. Al trabajar con los Mission Control Centers de SAP, el representante de su Innovation Control Center puede proporcionarle la información que necesita para tomar una decisión entre una implementación en On Premise o en Cloud con mayor confianza. No importa el camino que elija, ya que ambas soluciones incluyen las mejores prácticas del sector de probada eficacia para proteger su inversión.

Su Operations Control Center también se beneficiará de este enfoque. Este centro, responsable de orquestar la tecnología que respalda sus procesos empresariales, cuenta con SAP ONE Support para gestionar mejor los puntos de integración entre las soluciones Cloud y On-Premise. Esto ayuda a garantizar los más altos niveles de disponibilidad y prepara su entorno de software para lograr una mayor innovación basada en Cloud, si decide adoptar esta estrategia.

SAP ONE SUPPORT EN ESPAÑA

A día de hoy, ya hay unos 70 clientes productivos de SAP que disfrutan de las ventajas del programa SAP ONE SUPPORT para su solución en el public cloud de SAP o su escenario híbrido. La previsión de SAP es que este número aumente el doble en el año 2015 lo cual subraya la importancia de este programa para el ecosistema SAP.

Para descubrir cómo puede ayudar SAP ONE Support a su empresa a gestionar su transición a cloud, llame hoy mismo a su representante de SAP o visite nuestra web en www.sap.com/services-and-support/support/index.epx o www.sapsupport.info

Solicitud de Suscripción Gratuita a la Revista de AUSAPE

EMPRESA _____

ASOCIADO AUSAPE SI NO

NOMBRE _____

CARGO _____

DIRECCIÓN _____

CP _____

POBLACIÓN _____

PROVINCIA _____

TELÉFONO _____

E-MAIL _____

Si todavía no estás suscrito y eres Asociado de AUSAPE, Cliente SAP o vas a serlo, y quieres recibir esta revista, rellena el cupón de solicitud de suscripción gratuita y envíalo por fax al número: **91 519 52 85**. También puedes mandarnos un e-mail a secretaria@ausape.es incluyendo en él los datos que se solicitan. En breve recibirás confirmación de la aceptación de tu solicitud.





Daniel Valdés
Cross Platform Technologies Senior
Manager de TECHEDGE España

Pablo Sancho

Cross Platform Technologies Senior
Consultant de TECHEDGE España



Integrar la nube

En este artículo, TECHEDGE nos ofrece las claves para la integración de sistemas Cloud con los entornos On-Premise, basándose en su experiencia en integraciones de SAP Cloud For Sales, SAP Cloud For Travel, Success Factors y Salesforce con sistemas SAP. El artículo resalta la importancia de la seguridad en la integración, y esboza el planteamiento de un modelo de confianza que pudiera ser compatible entre nubes heterogéneas.

1. La nube¹ sólo puede ser si es segura.
 - 1.1. La nube no es sólo su contenido sino la forma de intercambiarlo con los sistemas internos. O podríamos expresarlo al revés: la nube no es sólo cómo intercambias los datos sino cómo se cuidan esos datos.
 - 1.2. En este artículo se revisa tanto la seguridad en el intercambio como los requerimientos necesarios para ello.
 - 1.3. Aunque el contenido de la nube no forme parte de la red interna se requiere la aplicación de los mismos estándares de seguridad de la intranet.
 - 1.4. Podemos dividir las áreas de seguridad de la nube en tres: origen, destino y área de intercambio.
 - 1.5. El último gran avance pendiente en la nube es el establecimiento de un modelo de confianza estandarizado.
2. El sistema origen es el sistema local pero su estándar de seguridad debe coincidir con el estándar más restrictivo de una red externa.
 - 2.1.1. Si pensamos en un sistema interno que se integra con la nube, la primera idea es que cumpla los estándares de seguridad de los sistemas internos.
 - 2.1.2. Sin embargo, al integrarlo con la nube se convierte en una extensión local de la misma.
 - 2.2. La nube puede integrarse de forma directa con los sistemas origen. Pero la complejidad de los escenarios requiere un middleware como mediador entre origen y destino.
 - 2.2.1. Es viable una integración punto a punto, pero no es totalmente recomendable.
 - 2.2.2. Un middleware en origen permite escalabilidad, control de la transmisión de datos, monitorización de las peticiones y cargas, capacidad de reprocesamiento de la información, securización en una capa adicional.
 - 2.2.4. Para una integración de la nube con sistemas SAP la opción más directa es SAP PI/PO o SAP HCI.
 - 2.2.5.1. SAP PI/PO supone la opción más madura e intuitiva para la integración interna entre soluciones Cloud y sistemas internos SAP.
 - 2.2.5.2. SAP HCI supone la opción de futuro en la que SAP va a poner primero su esfuerzo de innovación y la opción más clara para la integración entre soluciones Cloud.
 - 2.2.5.3. Ambos EAls (SAP PI/PO, SAP HCI) cuentan con paquetes preconfigurados para la integración de soluciones cloud de SAP y sistemas internos SAP (SAP ERP, SAP CRM).
 - 2.3. Los sistemas origen deben establecer una fachada SSL hacia la nube.
 - 2.3.1. Es necesario posicionar un proxy inverso en DMZ entre los sistemas internos y la nube.
 - 2.3.2. En el proxy inverso se recomienda establecer la terminación SSL de las peticiones de la nube y reiniciar la petición SSL hacia el interior.
 - 2.3.2.1. Es decir, recibimos la petición de la nube y ciframos de nuevo la petición con un certificado interno².
 - 2.3.2.2. Esta arquitectura permite establecer dos perímetros de seguridad cuya frontera es el proxy inverso.
 - 2.3.3. En entornos SAP el proxy inverso puede ser SAP Web Dispatcher u otro proxy inverso del mercado.

1. Este artículo se basa en conversaciones con Pablo Sancho, especialista SOA/BPM de TECHEDGE, sobre seguridad en la integración con la nube. Es un reflejo simplificado de estos diálogos con una estructura lógica deudora del Tractatus del Wittgenstein.

2. Para aplicaciones cloud de SAP, hasta versiones recientes era necesario que el certificado expuesto en el proxy inverso fuera de una de las CAs de terceros autorizadas. Desde las últimas versiones, es posible securizar el proxy inverso con una CA propia. Se podría considerar que el escenario cloud es una extensión de tus propios sistemas. Con una CA propia, no expones a terceros, sino a ti mismo.

- 2.4.** Es imprescindible que la infraestructura interna de proxy inverso y balanceador permita una rápida actualización en sus elementos de seguridad.
- 2.4.1.** Recientemente se han desvelado varias amenazas de seguridad que afectan a la nube.
- 2.4.1.1.** Se ha invalidado la seguridad de SSLv3, lo que implica la necesidad de pasar a TLSv1 o superior.
- 2.4.1.2.** Anteriormente se publicó el Heartbleed Bug, una vulnerabilidad de la librería criptográfica OpenSSL.
- 2.4.1.3.** Como estos casos, han sucedido y sucederán invalidaciones de estándares de seguridad.
- 2.4.2.** Sólo con un entorno que permita rápidas actualizaciones de sus elementos de seguridad evitaremos amenazas.
- 2.5.** Es necesaria una gestión adecuada de los nombres de dominio expuestos hacia la nube³.
- 2.5.1.** En tiempo de diseño debe determinarse el estándar de exposición⁴.
- 2.5.3.** Aquello que exponemos es aquello que es vulnerable.
- 2.5.4.** Lo que es vulnerable debe securizarse.
- 3.** El sistema destino es el sistema en la nube.
- 3.1.** En la nube diferenciamos entre proveedores de servicios y consumidores de servicios.
- 3.1.1.** Como clientes de servicios en la nube no tenemos control directo sobre la seguridad aplicada en el sistema destino.
- 3.1.1.1.** Es un modelo de caja negra.
- 3.1.2.** Pero debemos exigir al proveedor de la solución que establezca las mismas garantías de seguridad que hemos indicado para los sistemas internos y garantías adicionales derivadas del carácter más expuesto de un sistema en la nube.
- 3.2.** Es necesario un sistema que permita una actualización ágil de sus componentes de seguridad ante las vulnerabilidades antes indicadas.
- 3.2.1.** Lo mínimo que tendremos que pedir a un proveedor de soluciones Cloud es la capacidad inmediata de actualización de su versión de SSL.
- 3.3.** El sistema destino debe ser flexible en el diseño de autenticación y autorización⁵.
- 3.3.1.** Debe ser capaz de soportar modelos de autenticación delegada como ADFS.
- 3.3.2.** Debe soportar SAML2.0.
- 3.3.3.** En suma: federación con la administración interna de usuarios mediante relaciones de confianza.
- 3.4.** Pero quien puede lo mucho puede lo poco⁶, o debería.
- 3.4.1.** Una solución en la nube debe soportar también módulos de seguridad propios con autenticaciones básicas basadas en usuario y contraseña para aquellos clientes que gestionen su seguridad de manera menos avanzada.
- 3.4.2.** Los módulos de acceso deben soportar también el acceso mediante certificados X-509.
- 3.6.1.** Los sistemas del cliente deben también soportar los últimos estándares de gestión de identidades y federación de usuarios.
- 3.7.** Parte de la seguridad de un sistema híbrido reside en el propio Cloud.
- 3.7.1.** El sistema Cloud generalmente permite la asignación de roles a usuarios para garantizar que el usuario sólo accede a aquello que puede acceder.
- 3.7.2.** Parte del proyecto de implantación debe ser el diseño detallado de los roles de usuario en el Cloud.
- 3.7.2.1.** No es buena práctica asignar roles genéricos que no determinen claramente a qué datos puede acceder el usuario y a qué datos no.
- 3.7.2.2.** Por tanto, la buena práctica es el diseño de roles específicos que descendan al nivel del acceso al dato⁷.
- 3.7.** La seguridad debe llegar al corazón de la solución en la nube.
- 3.7.1.** El corazón de un sistema son sus datos.
- 3.7.2.** Debe garantizarse la auditoría del tratamiento de los datos en la nube.
- 3.7.3.** Es básico el cifrado de la información en la nube y el chequeo de separación de datos entre los tenants de distintos clientes.
- 3.8.** Cualquier sistema Cloud requiere un protocolo de backup and restore probado.
- 3.9.** Techedge no es sólo un implantador e integrador de soluciones Cloud de terceros, sino que provee de soluciones en la nube propias que siguen estrictamente la misma seguridad que exigimos de las soluciones de terceros.
- 4.** Entre el origen y el destino está la zona de intercambio de datos.
- 4.1.** En la zona de intercambio de datos se deben utilizar sólo protocolos seguros.
- 4.2.1.** Si son Web Services, SOAP sobre HTTPS o REST sobre HTTPS.
- 4.2.2.** Para intercambio de datos mediante ficheros, siempre FTPS o SFTP.
- 4.2.3.** Existen servicios en la nube que permiten la comunicación vía HTTP o FTP no seguros. Aunque se puedan usar así, no se debe.
- 4.3.** Si bien es posible que el sistema cuente con sistemas de ficheros (carpetas) aislados por tenant, puede suceder que exista un único punto de recepción de archivos.
- 4.3.1.** En este caso los ficheros van a estar persistidos temporalmente en un filesystem ajeno al tenant.
- 4.3.2.** Es importante que se garantice la política de restricción de accesos a esos ficheros.
- 4.4.** El modelo de integración escogido debe ser capaz de asegurar una correcta sincronización de datos.
- 4.4.1.** En diseño debe determinarse qué interfaces son síncronas online bajo demanda (del Cloud o del sistema origen) y cuáles

3. El uso de SNI (Server Name Indication) está en expansión y debe ser soportado por los sistemas origen. Con SNI, no sólo te conectas a una IP. Te conectas a un URL le INDICAS a tu destinatario el dominio esperado. Entidades como la agencia tributaria lo utilizan en sus sistema de facturación con la administración pública.

4. Podemos hacer uso de certificados wildcard o hacer uso de subject alternative names en el certificado, siempre que los nombres sean acotados.

5. La movilidad es una especialización del destino. Dado el carácter más volátil de los dispositivos móviles, es una buena práctica el uso de dobles factores de autenticación.

6. Esperando a Godot, Samuel Beckett.

7. Tan importante como la asignación es la desasignación. Salvo en las nubes privadas, conceptualmente una nube pública es accesible desde cualquier punto de la Red, no necesariamente desde la red interna. Es buena práctica el establecimiento de una política de retirada de privilegios en la nube.

son asíncronas (y en este caso cuándo se desencadena la transmisión).

4.4.2. El Cloud debe garantizar una buena gestión de acknowledgements (tanto de caída de red como de estructuras de datos o negocio) para asegurar la capacidad de ejecutar reintentos y una adecuada sincronización⁸.

4.4.2.1. Se deben evitar las excepciones silenciosas.

5. Lo que no se puede securizar es mejor excluirlo del mapa cloud.

5.1. Los sistemas Cloud actuales son heterogéneos, independientes y no interoperables.

5.1.1. El siguiente paso en la seguridad del Cloud sería el establecimiento de un modelo de confianza que permita una interoperación más segura y al tiempo más simple para implementar la seguridad entre distintas nubes y sistemas privados⁹.

5.1.2. El avance en un estándar de seguridad en la nube haría innecesario reseñar algunos de los puntos enumerados en este artículo y que ahora son claves para implementar un proyecto de integración con la nube.

5.2. En la seguridad de la nube más que en otros temas es importante huir de lo superfluo y ocuparse sólo de lo importante. La seguridad en el ámbito cloud no debe entenderse como un problema, sino una oportunidad de evolucionar los sistemas tradicionales¹⁰.

5.3. Si no se trata la seguridad en la integración con la nube para algún punto de la solución es mejor excluirlo del sistema porque los puntos de vulnerabilidad en la nube son riesgos no asumibles.

5.4. El riesgo es desplegar la nube centrándose sólo en temas que son importantes como la flexibilidad del modelo o su usabilidad pero sin prestar atención a otros temas fundamentales como los aspectos críticos de seguridad.

8. Cada dato intercambiado tiene un impacto distinto sobre la solución.

Primero es necesario asegurar los datos más críticos, sólo después los que no lo son.

9. Equipos como el de Wenjuan Li y Lingdi Ping en la Universidad de Zhejiang están trabajando en este modelo de confianza (Trust Domain Cloud Model) para sistemas cloud. En Techedge también.

10. Lo refrenda David Mitchell Smith, de Gartner, en este vídeo: <http://www.gartner.com/technology/research/cloud-computing/report/cloud-security-management.jsp>



¡ASÓCÍATE!

Grupos de trabajo • Acceso a formación certificada • Participación en foros



Corazón de María, 6.

1º. Oficinas 1 y 2. 28002 Madrid

T. 91 519 50 94 - F. 91 519 52 85 | secretaria@ausape.es

www.ausape.es | [Twitter](#) Síguenos: @AUSAPE | [LinkedIn](#) AUSAPE Redes Sociales



Tendencias en tecnología y servicios de RR.HH. para 2015, según NGA

NGA Human Resources hace un repaso para la Revista AUSAPE acerca de las principales tendencias que imperarán en los Departamentos de Recursos Humanos a lo largo de este año.



CLOUD AVIVA LOS SERVICIOS DE OUTSOURCING

Mientras las empresas se apresuran por adoptar sistemas en la nube para las áreas clave de RR.HH., se encuentran con que siguen dependiendo de factores relacionados con la nómina y la gestión de beneficios de los empleados. Los packs de soluciones de integración entre los proveedores de tecnología en la nube y los de servicios de *outsourcing* hacen que estas dependencias se mitiguen, beneficiándose tanto de la adopción de sistemas de RR.HH. en la nube como de la externalización de la gestión de nómina/beneficios.

- A pesar de que los sistemas de RR.HH. en la nube aportan una experiencia de usuario mejorada, no todo puede ser gestionado en modalidad de autoserivicio. Los empleados y managers aún necesitan ayuda a la hora de completar aquellas tareas poco frecuentes.
- Los servicios de mantenimiento de aplicaciones en la nube están en alza. Las empresas se dan cuenta que aún siguen necesitando servicios por encima de los sistemas en la nube a la hora de introducir nuevas funcionalidades, pruebas y gestión de versiones.

EL MODELO HÍBRIDO ES EL LÍDER

Si bien las empresas quieren moverse de manera rápida hacia la nube, la realidad es que estas mismas compañías verán cómo la nube, los servicios *On-Premise* tradicionales y el *outsourcing* coexisten durante un largo periodo de tiempo. Las empresas han hecho grandes inversiones en soluciones ERP y moverlas a la nube por el mero hecho de cambiar, no ofrece un escenario atractivo desde el punto de vista financiero.

- La adopción de los sistemas de RR.HH. en la nube es mayor que los sistemas *On-Premise* tradicionales.
- Las soluciones de RR.HH. en la nube suelen ofrecer localizaciones de países pero, normalmente, éstas son insuficientes para una gestión completa de Nómina, Tiempos y Beneficios.
- Los sistemas tipo *Payroll Exchange*, agregadores de nóminas e integrados con soluciones en la nube, se revelan muy importantes en estos escenarios híbridos.
- Migrar la nómina a la nube introduce riesgos adicionales de seguridad y privacidad a los que las empresas no están dispuestas a enfrentarse, incluyendo también una difícil justificación del ROI.
- Las funcionalidades específicas de los clientes siguen necesitando existir en áreas donde no todo puede ser estandarizado. Los sistemas híbridos permiten estandarizaciones en la nube manteniendo personalizaciones específicas en los sistemas tradicionales.

LA INTEGRACIÓN ESTÁ DE VUELTA, Y MÁS FUERTE QUE NUNCA

El amplio abanico de opciones disponibles para nuevos sistemas en la nube hacen que las organizaciones estén seleccionando

Los Departamentos de RR.HH. están empezando a utilizar métodos más sofisticados para analizar y predecir la evolución de las plantillas.

de forma individual las mejores soluciones de cada tipo: para Core HR, Gestión del Talento, *Outsourcing* de Beneficios, Gestión de la Formación, Externalización de la Selección, etc. Pero aún no existe ningún proveedor de servicios en la nube que sea lo suficientemente completo para cubrir todas las necesidades de RR.HH. de las organizaciones. Además, al tratarse de la nube, es más sencillo cambiar entre soluciones (especialmente en aquéllas que sólo ofrecen cobertura a un único proceso).

Los RR.HH. siguen teniendo que proporcionar datos de los empleados a los sistemas internos por lo que, además de la integración entre sistemas de RR.HH., surge la necesidad de otro tipo de integraciones para las aplicaciones de *backoffice*. La integración se puede estandarizar más gracias a tecnología como API y a HR-XLM, pero la mayoría de las empresas aún se encuentran en la fase inicial de adoptar este tipo de estándares.

- Seguimos viendo cómo las organizaciones acuden al mercado para adquirir sistemas específicos: HR Core – Talento – Beneficios – Tiempos - Nómina
- Vemos mayor atención en proveedores ofreciendo soluciones que cubren un único proceso, además de proporcionar estándares/APIs para que otros sistemas puedan integrarse (Kronos, Workforce Solutions, Thomson Benefits, Taleo)
- La arquitectura *Cloud* permite a cualquiera con acceso a Internet crear una App y ofrecer funcionalidades específicas para construirlo (¿Quién va a ser el próximo *Spotify* o *Airbnb* en el área de RR.HH.?)

LOS RR.HH. SE CENTRAN EN LOS RESULTADOS

Los Departamentos de RR.HH. están empezando a utilizar métodos más sofisticados para analizar y predecir la evolución de las plantillas. Nos encontramos en la etapa inicial de este esfuerzo: hasta ahora, la atención se ha centrado en *reporting* y analíticas, no en predicciones. El requisito necesario es contar con un sistema de almacenaje (un *data warehouse*) de datos que contenga los datos basados en las definiciones acordadas por la compañía. Las organizaciones están empezando a ver el valor de la información que se encuentra oculta en los datos almacenados, pero se enfrentan a la dificultad que supone el tenerla disponible de manera adecuada. Combinar esta valiosa información que existe dentro de las empresas con datos públicos en medios sociales puede convertirse en un punto de inflexión revolucionario en las tareas de predicción de los RR.HH. Las organizaciones que puedan conseguirlo, contarán con una gran ventaja como negocio:

- Más enfoque en analíticas pero los cimientos deben estar bien establecidos antes de comenzar con las tareas de pronóstico de plantillas. Contar con un sistema de RR.HH. en la nube para toda la organización será de gran ayuda para ir en la dirección adecuada
- Los clientes siguen teniendo mayores necesidades de *reporting*.



Josep Andreba
Product Manager de soluciones de compra SAP en Seidor



ARIBA, un elemento estratégico en la cadena de suministro

La gestión de las compras como elemento estratégico en la cadena de suministro es clave para dotar a las compañías de una mejor visión y alcanzar una mayor eficiencia, gracias al tratamiento de esta problemática desde un punto de vista global. Un buen trabajo en el Departamento de Compras repercutirá en la correcta ejecución de los procesos de la cadena de suministro, la cual debe estar integrada para optimizar los procesos logísticos con nuestros colaboradores, minimizar el riesgo y obtener una mayor rentabilidad mediante la reducción de costes.

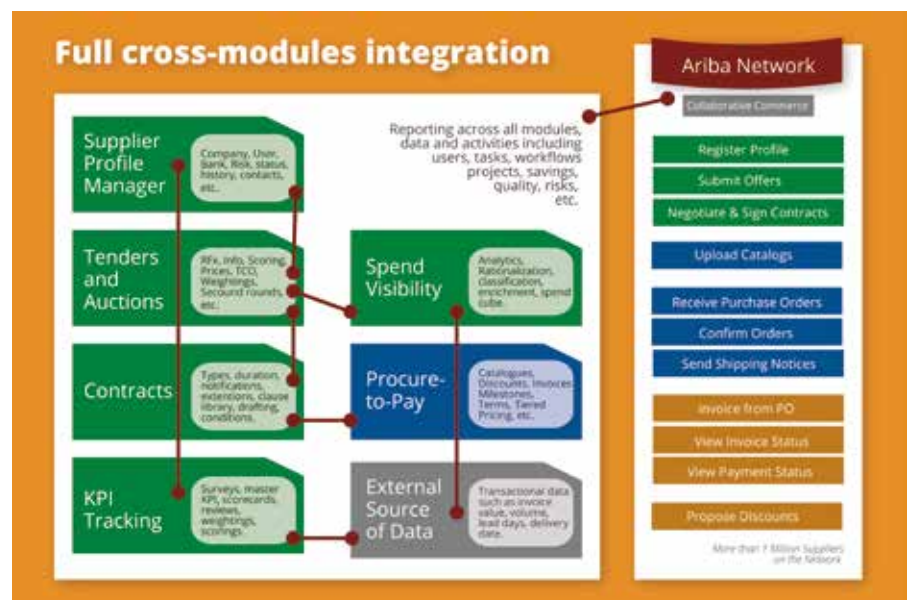
La incorporación en 2012 de Ariba en el portfolio de soluciones SAP nos ofrece una mejor colaboración con nuestra red de proveedores y un mayor conocimiento de los mismos. Ariba se integra en la cadena de suministro y hace posible el uso de la nube para obtener el máximo provecho de las redes que existen no sólo dentro de las empresas, sino entre empresas.

LA SOLUCIÓN

El valor principal de Ariba es su aportación de nuevos procesos de negocio en el ámbito de las compras. Ejerciendo como un acelerador de nuestra estrategia de negocio nos ayudará a poner en marcha las mejores experiencias en este ámbito, para optimizar procesos y detectar oportunidades de ahorro.

Aunque Ariba permite gestionar la negociación, adjudicación, los contratos, el aprovisionamiento operativo, la gestión del pago y conocer la red de proveedores, su principal beneficio no son estos procesos por separado, sino la interconexión de estos y de los agentes que intervienen. Son los enlaces que se establecen entre estas funcionalidades lo que hacen que Ariba sea una verdadera solución "end-to-end", que ofrece una visión global en el ámbito de compras y proveedores, desde el análisis para el abastecimiento y la contratación hasta la facturación.

Las soluciones de Ariba abordan la gestión del gasto para eliminar ineficiencias e identificar oportunidades de ahorro, con unos



objetivos como el control del gasto, la minimización del riesgo, el aumento de beneficios, la optimización del cash-flow y el incremento de las ventas.

¿Por qué es tan importante? Porque garantiza que los beneficios obtenidos en cada una de las soluciones/módulos se propaguen a través de toda la organización. Un logro en la negociación se convierte en un contrato con descuento, que luego será publicado en el catálogo, del cual se beneficiará toda la organización. Del mismo modo, cuando se recibe una factura, ésta se valida,

no sólo se reconcilia con la entrada de mercancías, sino también con las condiciones contractuales negociadas con el proveedor. Finalmente, podemos cerrar el proceso con el seguimiento estratégico de rendimiento, lo que nos refuerza en futuras negociaciones con los proveedores y nos capacita para establecer nuevas colaboraciones que aporten valor a nuestra organización.

Podemos dividir la solución Ariba en dos grandes ámbitos de aplicaciones:

- **Upstream**, que engloba las soluciones de compra estratégica:
 - Sourcing: negociación y adjudicación mediante herramientas de vanguardia para desarrollar procesos de solicitud de oferta/licitaciones y subastas en la red.
 - Gestión de contratos.
 - Gestión de la red de proveedores para disponer de una base de datos precisa y actualizada para poder medir su riesgo y rendimiento.
 - Análisis del gasto para tener visión global, detección de riesgos y oportunidades de ahorro.
- **Downstream**, orientado a mejorar nuestra gestión interna del gasto y la relación con los proveedores a nivel operacional.
 - Procure-to-Pay: procesos de aprovisionamiento completos que cubren la funcionalidad, desde la gestión de la necesidad de compra, hasta el pago al proveedor, pasando por la colaboración del proveedor en el proceso a través del portal y Ariba Network.
 - Catálogos para poner en manos de los usuarios internos de todas las negociaciones alcanzadas, y facilitar su actualización por parte del proveedor.



- Ariba Discovery: utilización de Ariba Network como motor de identificación de fuentes de aprovisionamiento en todos los procesos que se requieran.

Uno de los objetivos es conseguir el máximo provecho de las relaciones que existen entre las empresas en la Web. Ariba Network es la comunidad más grande del mundo de comercio basado en la web para ayudar a las empresas a descubrir, conectar y colaborar en una red global B2B, y conecta a más de 1,6 millones de empresas preparadas para comerciar entre ellas.

TECNOLOGÍA E IMPLANTACIÓN

Ariba es un entorno basado en Cloud, con lo que nos permite abordar proyectos rápidos, no intrusivos, y con un mejor control de la inversión. En el ámbito de la pequeña y mediana empresa también tiene cabida. A menudo, no se dispone de capacidad suficiente para innovar en determinados procesos de TI y tener de una herramienta colaborativa integrada en los procesos de negocio requiere un gran esfuerzo. Con la solución Ariba se pueden desplegar tanto los procesos estratégico, como operacionales en la red, sin necesidad de invertir en una infraestructura propia.

EN RESUMEN

Las tres áreas de valor que aporta Ariba son la simplicidad de uso de sus herramientas, conseguir que el equipo trabaje hacia unos objetivos comunes y tener un control de las compras, es decir, que todo lo comprado por la organización cumpla las directrices marcadas internamente.

La optimización de las compras no sólo pasa por comprar a un precio más bajo, sino también por conocer y tener la capacidad de analizar fácilmente los hábitos de gasto de nuestra compañía, reducir costes y minimizar riesgos, siendo estos resultados un valor fundamental para nuestra cadena de suministro.

Ariba es un entorno basado en Cloud, con lo que nos permite abordar proyectos rápidos, no intrusivos, y con un mejor control de la inversión.





José Antonio de Azpiazu Díaz
Gerente Soluciones ERP



La innovación también llega a las pequeñas y medianas empresas

Durante el pasado año, SAP apostó por una innovación global de sus productos que fuera accesible, al mismo tiempo, a todos sus clientes independientemente del tamaño de empresa. Un reto que también asumimos los partners y por el que tuvimos que llevar a cabo tanto la modificación de nuestros verticales BAiO (Business All-in-One) a las nuevas necesidades del mercado como la adaptación de las funcionalidades específicas de cada sector a los productos de nueva generación, como HANA, Fiori, Screen Personas, Lumira o HANA Live, entre otros.

En el último año Tecnocom ha conseguido la certificación SAP con el sello powered by HANA para dos soluciones que llevamos ofreciendo al mercado hace más de diez años y que describimos a continuación:

- **SAP BAiO @Conservas:** solución para empresas del sector de alimentación de conservas y distribución a grandes superficies, implementada en más de diez países.
- **SAP BAiO @Cons:** solución de referencia en el sector de la construcción para empresas que desarrollan actividades de promoción, construcción, obra civil o gestión de inmuebles. Una solución con más de 30 referencias de primer nivel y adaptada a seis países.

Podemos considerar este cambio como todo un hito para las PyMEs que podrán disfrutar a partir de ahora de las innovaciones que hasta ahora estaban reservadas a

empresas de un considerable tamaño, ya que las soluciones BAiO son asequibles y cubren las necesidades de los sectores para los que fueron diseñadas.

En 2015 HANA ya no será una opción; será una necesidad para poder tratar la información de forma fiable y efectiva en tiempos de ejecución que hasta muy poco tiempo eran totalmente impensables. Actualmente la tecnología orientada al tratamiento del Big Data evoluciona tan rápido que es fácil quedarse desfasado en un abrir y cerrar de ojos.

Por otro lado, HANA abrirá a las empresas nuevas formas de utilizar y tratar la información que con tanto cariño han ido almacenando durante años, sin saber qué hacer con ella, sobre todo por lo pesado de los procesos de análisis o ejecución de reporting.

Adicionalmente hay que contar como ventajas las mejoras en proceso sobre la plataforma SAP ECC que el propio fabricante ha realizado para mejorar flujos que antaño sólo era posible ejecutar



en procesos nocturnos y concatenados y que, ahora, con HANA pueden ejecutarse en tiempo real. En algunos negocios es una cuestión de primera necesidad, y hay ejemplos como el MRP en tiempo real con millones de referencias.

Otra de las soluciones incluidas en procesos pre-configurados BAiO es Fiori, la plataforma de movilidad por excelencia de SAP, que sin ser totalmente novedosa, sí podemos hablar de algunas nuevas funcionalidades añadidas por SAP:

- Funcionalidades específicas para potenciar la plataforma HANA.
- Funcionalidad para la capa de reporting online y en tiempo real, con soluciones como las Factsheets con las que podemos ver información esencial sobre objetos y navegación contextual sobre los mismos.

¿Por qué Fiori?, porque es una solución agnóstica en cuanto a sistemas operativos, multicanal y por su facilidad y simplicidad para el usuario.

La inclusión de Screen Personas supone para SAP eliminar de un plumazo el tan manido estereotipo de “SAP es feo y complicado en su uso”

La inclusión de Screen Personas supone para SAP eliminar de un plumazo el tan manido estereotipo de “SAP es feo y complicado en su uso”. Se trata de una herramienta concebida para diseñar de forma sencilla la visualización de los flujos de negocio utilizados en SAP ECC. Con este nuevo producto las empresas consiguen:

- Mejorar la productividad del usuario a través de la simplificación del proceso de visualización de los datos.
- Reducir los costes de formación.
- Incrementar la calidad de datos, guiando al usuario en los procesos de negocio.

En definitiva, con las nuevas soluciones BAiO powered by HANA la tecnología se pone al servicio de las empresas, y el tamaño ya no es un problema. No hay excusas para no disponer la tecnología punta que su empresa necesita y lo que es mejor, la accesibilidad a la misma le abrirá nuevas posibilidades de negocio y le posicionará en un mundo más competitivo.





Katrin Simón Elorz

Coordinadora University Alliances
Directora del Máster en Gestión por Procesos
con Sistemas Integrados de Información (ERP).
Departamento de Gestión de Empresas. Universidad Pública de Navarra



15 años de docencia SAP

Por todos es conocido que las empresas han ido incorporando de forma masiva gran cantidad de información y bases de datos en cada uno de sus procesos empresariales. Integrar esta información es clave a la hora de establecer estrategias competitivas globales para la empresa, así como para la toma de decisiones operativas en entornos dinámicos. La formación en estos sistemas es también imprescindible.



Claustro de profesores SAP, de izquierda a derecha: Santiago Sánchez (CO), Raquel Chocarro (SD), Ramo Barrera (MM), Cristina del Río (FI), Cristina Pérez Aldaz (RRHH), Margarita Elorz (SD), Salomé Goñi (RRHH), Katrin Simón (FI), Alejandro Bello (PP), Andrea Olo (RRHH).

Los sistemas integrados de gestión empresarial o ERP (Enterprise Resource Planning) posibilitan un nuevo modo de enfocar y abordar los proyectos empresariales. Tienen como fin la mejora de los procesos de negocio de las empresas, en busca de la competitividad, la eficacia y la mejora de resultados. Además, permiten la comunicación con clientes y proveedores en un entorno e-business. La comprensión de la empresa de una forma global e integrada facilita de forma notable la toma de decisiones.

Desde la Universidad Pública de Navarra consideramos que la formación en estos sistemas es imprescindible para el proceso de toma de decisiones y, por ello, desde hace 15 años venimos impartiendo docencia en sistemas ERP, tanto en títulos oficiales

de grado como, desde este curso académico, de posgrado. Es importante señalar que esta formación se imparte en el software de gestión de empresa SAP, que ostenta el liderazgo mundial en sistemas integrados de información.

CRONOGRAMA DE UNA COLABORACIÓN A LARGO PLAZO

La colaboración entre la empresa SAP y la Universidad Pública de Navarra se inició en el año 1999. En ese momento, se firmó un Convenio entre ambas instituciones para regular la formación de Recursos Humanos y la docencia a impartir en nuestra universidad.

Todo un reto. El contenido y la docencia de estas materias eran claramente diferentes a lo impartido de forma tradicional en las



GIANCARLO SALAZAR

Estudiante del Máster en Gestión por Procesos con Sistemas Integrados de Información (ERP)

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Pública de Navarra, actualmente cursa el Máster en Gestión por Procesos con Sistemas Integrados de Información (ERP).

“Estoy cursando el Máster tras la buena experiencia en el aprendizaje a nivel de usuario SAP, tras haber cursado una materia optativa ofertada en la carrera. El máster está siendo muy práctico para la toma de decisiones en la empresa. La conexión University Alliances nos permite trabajar en remoto”.



TAMARA GÓMARA E ISABEL EZCURRA

Estudiantes de Grado en Administración y Dirección de Empresas

“Nosotras elegimos la asignatura de SAP porque compañeros de años anteriores nos habían dicho que era muy útil y ahora que la hemos cursado podemos corroborarlo. Al principio resulta un poco difícil pero, llega un momento en el que tu cabeza se amuebla y todo cobra sentido. En definitiva, nuestra experiencia con SAP ha sido muy buena y creemos que será muy útil en un futuro”.

universidades, y el esfuerzo realizado para implantar estas materias fue importante. El proyecto era ambicioso e incluía la impartición de materias optativas en las titulaciones de Administración y Dirección de Empresas e Ingenierías, tanto Industriales como Agrónomos.

¿El resultado? Pasaron a ser las asignaturas más demandadas en las titulaciones en las que se ofertaban. Esto nos llevó a establecer un cupo de entrada, que nos permite regular el número de estudiantes que reciben esta formación para garantizar su correcta atención y aprendizaje.

Este resultado, así como la positiva respuesta de las empresas hacia los estudiantes que han recibido esta formación, nos animó a consolidar el programa. Así, en el año 2012 la UPNA se incorporó al programa University Alliances para el desarrollo del programa curricular establecido en dicha plataforma.

Como consecuencia lógica del éxito de esta trayectoria, se consideró de vital importancia el desarrollo de formación de posgrado en Gestión por Procesos, cuyo proceso de decisión estuviera soportado en un ERP, y como no, mediante el uso de SAP.

FORMACIÓN IMPARTIDA

El Departamento de Gestión de Empresas de la Universidad Pública de Navarra, consciente de la importancia de las oportunidades de los sistemas ERP en la gestión empresarial es el departamento que, dentro de la UPNA, participa en el programa University Alliances para la impartición de docencia sobre Sistemas Integrados de Gestión Empresarial.

La formación se realiza a dos niveles. Por una parte, una materia optativa en el último curso del Grado en Administración y Dirección de Empresas, donde los estudiantes reciben formación como usuarios en los módulos FI (Finanzas) y SD (Distribución y Ventas).

Además, la Universidad ha acreditado, a través del Ministerio de Educación, un Máster Universitario en Gestión por Procesos con Sistemas Integrados de Gestión (ERP). Este máster es un título oficial con validez en la Unión Europea, cuyo objetivo es reducir el tiempo en el que un egresado se convierte en 100 por cien efectivo para la empresa.

La orientación de las asignaturas es fundamentalmente práctica y el propósito de las mismas es tener capacidad para tomar decisiones empresariales reales, aplicando sistemas ERP en la base de conocimientos adquiridos en otras asignaturas de sus estudios.

No hay que olvidar que el software es una herramienta, no el fin en sí mismo. Pero una adecuada formación en toma de decisiones

amplifica y potencia el proceso de decisión de un ERP, en nuestro caso desarrollado sobre SAP.

Así, se intenta encontrar un equilibrio entre la gestión integral de la empresa, bajo una formación por Procesos, el estudio organizativo y el importante rol que tiene la tecnología para materializar la toma de decisiones.

El perfil de egreso es el de un trabajador del conocimiento, capaz de analizar información de composición y origen variable para establecer en cada momento un diagnóstico acertado sobre la situación real, y formular un criterio válido para la toma de decisiones en el ámbito de Gestión de Empresas.

PROGRAMA CURRICULAR UNIVERSITY ALLIANCES

El Convenio de Colaboración entre University Alliances (UA) y el Departamento de Gestión de Empresas de la Universidad Pública de Navarra ha permitido desarrollar formación curricular específica en Gestión por Procesos basada en SAP.

La impartición de la docencia se realiza bajo una conexión con la UCC (University Competence Center), situado en la Facultad de Informática del Tecnológico de Munich (Technische Universität München. Department of Informatics). Esta conexión tiene múltiples ventajas: parametrización estándar, trabajo sobre la última versión, seguridad y control, accesibilidad en remoto, etc.

La experiencia en nuestra relación con la UCC es muy buena. Algunos de los beneficios derivados de esta colaboración son el mantenimiento del software actualizado, protocolos de seguridad de la información y garantías de acceso, así como unos buenos tiempos de respuesta ante cualquier duda o modificación que pueda surgir.

Una vez garantizado el soporte tecnológico, UA incluye un desarrollo curricular que es el utilizado en la impartición de una Overview de SAP basada en integración. En el segundo semestre, ya desde la Universidad, se realiza una parametrización específica y avanzada en función del itinerario de especialización que se vaya a impartir.

La forma de docencia es fundamentalmente empírica. Cada estudiante dispone de una empresa virtual sobre la que efectuar un conjunto de operaciones y realizar análisis y diagnósticos.

El mercado de trabajo valora positivamente esta formación y, de hecho, en el currículum que elabora el estudiante para acceder al Servicio de Empleo de la Universidad, uno de los campos a completar es su participación en formación SAP.

La participación en University Alliances está resultando uno de nuestros elementos diferenciadores, no sólo en el campo de la docencia universitaria si no en la enseñanza de SAP en general.

José David Moreno AcedoEmpresa: **Empresa Municipal de Transportes de Madrid**Cargo: **Responsable de Nómina**Grupo de Trabajo en el que participa: **Grupo HCM Sector Privado****¿Desde cuándo acude a las reuniones de este Grupo de Trabajo?**

Empezamos a asistir desde que pensamos en implantar SAP en el año 2006.

¿Qué le aporta a usted su participación en él?

Por una parte, nos permite recoger feedback sobre la situación y la relación de SAP hablando con otras empresas. Por otra parte, compartimos problemáticas comunes en temas relacionados con Nómina, Seguridad Social o Hacienda.

El Grupo de Trabajo es una plataforma para poder trasladarle las ideas a SAP y poder conseguir que se realicen con mayor rapidez los cambios en los programas.

¿Qué beneficios obtiene su empresa de su implicación?

La participación en el Grupo de Trabajo repercute en que SAP pueda llevar a cabo desarrollos más rápidos y que, al hacer seguimiento en la fase de pilotaje, se minimicen los errores.

¿Qué es lo que más le sorprende de la evolución del grupo?

Ha aumentado la participación en el grupo, ya que cada empresa tiene algún representante. Incluso asisten consultores de partners porque es un buen instrumento para conocer los próximos movimientos de SAP y los cambios legales que se avecinan.

**Montse Caballero**Empresa: **Grupo Zeta**Cargo: **Responsable de Administración de Sistemas de Gestión**Grupo de Trabajo en el que participa: **Grupo Financiero y Básico****¿Desde cuándo acude a las reuniones del Grupo?**

Desde hace un par de años, coincidiendo con un cambio organizativo en la empresa. En mi misma organización, mi compañero encargado de RR.HH. también participa en el Grupo de Trabajo de RR.HH. desde hace años.

¿Qué le aporta a usted su participación en él?

Conocer de antemano cambios y novedades en los productos o áreas que afectan directamente a nuestros entornos. Compartes experiencias con otros asistentes y, en algunas ocasiones, te ayuda en tu trabajo del día a día.

¿Qué beneficios obtiene su empresa de su implicación?

Estar en contacto con todo lo referente a nuestros módulos de trabajo, algunas veces previamente a las fechas de arranque. Esto nos ayuda mucho a la hora de prepararnos para los cambios.

¿Qué es lo que más le sorprende de la evolución del grupo?

El aumento en el número de asistentes. Lamentablemente, en ocasiones el aforo se completa antes de poder apuntarse.





Helmar Rodriguez Messmer
Innovation Principal SAP EMEA



Ignacio González García
Ingeniero de Caminos y Doctor en Psicología

De Leonardo a Rafael. Del B2B al C4C

“Nuestra observación de la vida externa debe ser tal que podamos enfrentar el mundo que nos rodea sin temor y con valentía, diciéndonos a nosotros mismos: debemos, continuamente y con consciencia, crear y destruir en todos los ámbitos de nuestra vida; es imposible crear formas de vida social que duren una eternidad. El que trabaja para fines sociales debe tener el coraje, constantemente, para construir lo nuevo, no estancarse, porque las obras del hombre no son permanentes y están condenadas a perecer; por ello las nuevas formas deben sustituir a las antiguas”.

Rudolph Steiner

La puerta de la industria ha vuelto a girar sobre sus goznes para dejar paso a la *sharing economy*. Durante la segunda mitad del pasado siglo la industria TIC se desarrolló centrada en la tecnología. En los últimos veinte años del siglo se centró en el cliente y viró hacia los servicios cloud, la movilidad y el uso de terminales inteligentes. Con el comienzo del siglo emerge un nuevo paradigma en el que bienes y servicios se comercializan de un nuevo modo y donde empresas como UBER o Airbnb o Snappgoods son la parte visible de un concepto de mayor calado: Colaborative Consumption.

Cuando Cadabra.com en el año 1995 cambio su nombre por Amazon no era lógico pensar que lo que era planteado como una librería alcanzase en poco 74,45 billones de dólares de ventas. Mirando atrás vemos el nacimiento cercano en Internet de los modelos B2C y C2C. Ahora vamos a mirar al frente para ver dónde está el futuro y la forma de comprenderlo.

EL PASADO Y SUS RAÍCES

Las raíces del mundo que vivimos se encuentran en la Florencia del siglo XV, en aquello que los historiadores llaman “la temprana edad moderna”. De este período Rudolph Steiner dice que surgió una *revolución del alma humana* donde el (nuevo) mundo progresaba a causa de un paulatino giro en la mirada. Su devenir fue llamado Renacimiento.

San Francisco colocó los cimientos de este viraje. En vez de pensar como Platón, que este mundo es ilusorio y el cielo la realidad, mostró un mundo terrenal, con pájaros y flores y lleno de sentido y significado. No estamos aquí en una estación a la espera

del viaje a una vida mejor, sino que habitamos un lugar colmado de belleza y verdad sostenido por la naturaleza que nos rodea.

El hombre se separó del discurso de la autoridad imperante, de lo conocido, pensó que podía comprender por sí mismo los entresijos del universo y crear, así, su propio relato. Creyó por primera vez que podría comprender y deducir lo que vivenciaba en vez de aceptar los discursos impuestos. La imagen de este “nuevo hombre” se refleja en la escultura de San Jorge de Donatello, que aparece inmerso en esa gran cavidad que resalta la soledad del individuo frente al universo. No aparece rodeado de ángeles, sino terrenal y lejos de la divinidad protectora.

En una de las primeras salas del palacio de Uffizi, en Florencia, cuna de esta visión, queda reflejada la progresiva evolución de esa mirada al mundo a través de la representación de tres tablas capitales: Duccio di Boninsegna (Madonna Rucellai), Cimabue (Maestà di Santa Trinità) y Giotto (Maestà di Ognissanti). En ellas la mirada que avanza, el nuevo gesto de cada artista es anticipo y reflejo del progreso de una nueva consciencia universal.

En la primera tabla, Duccio sigue pintando de manera tradicional. Señala hacia un mundo que no es el nuestro: los ángeles ajenos a la gravedad, el cielo dorado. María negada de su condición de mujer con un cuerpo andrógino, cara y dedos estilizados al estilo bizantino para subrayar el sentido de espiritualidad. No hay profundidad, tan sólo ritmos bellos que apuntan hacia “lo que realmente importa”, hacia “otro mundo” más allá de la muerte. Aquí nada es real, sino mero señalar, todo significativo.

La tabla de Cimabue va mostrando el camino de descenso hacia lo telúrico: los ángeles en su cuadro adquieren peso, unos



Madonna Ruccelai, de Duccio di Boninsegna.



Maestà di Santa Trinità, de Cimabue.



Maestà di Ognissanti, de Giotto.

posan delante de otros en planos sucesivos; la vestimenta de la virgen, muestra lo real a través de sus dobleces e incluso ya tiene rodillillas. El sentido al que apunta el fenómeno va cayendo hacia la tierra.

Pero fue su estudiante Giotto quien aterriza definitivamente el cielo en la tierra. Los ángeles ya son terrenales y el suelo es real y firme. Incluso María tiene algo más que rodillillas; se convierte en mujer, que, además, en lugar de estar sujeta por la imagen de su divinidad, sujeta en sus rodillas, su niño. Cambia Giotto la pintura y la hace renacer inventando “una nuova maniera”. Refleja la mudable forma visual (*species*) de las cosas.

Pocos años más tarde, en la Madonna Sixtina, Rafael fue capaz de plasmar en síntesis la “Weltanschauung” de sus dos grandes contemporáneos, Leonardo y Miguel Ángel, cuyas consciencias quedan reflejadas en el cuadro en el gesto de sendas figuras que acompañan a la figura central –la Madonna y al niño–, cuya silueta entrama el contorno de un corazón. Por un lado, en la figura del Papa San Sixto, que mira al mundo e invita a salir al mundo. Podríamos decir que muestra la misma voluntad que encarnaba en vida Leonardo Da Vinci. ¡Sal! ¡Arriba! Cuando acabó el Moisés dicen que le golpeó y dijo ¡Levántate!

San Sixto, señalando con su (sexto!) dedo hacia afuera, como Leonardo, diciendo “sal al mundo, analiza, cuestiona, descubre, piensa, observa”. Rafael pintó a su patrono con una deformidad, que no tenía, porque se asociaba a la intuición a la capacidad de anticipar el futuro. Ya no bastaba con saber todo sobre el pasado. Se valoraba la innovación. ¡Innova y anda!, ¡Cruza el mar!

En ese mismo cuadro, a la izquierda de la Madonna, Santa Bárbara, la que protege cuando truena, se vuelve hacia sí, protegiéndose, sintiendo la vida con pesar y peligro como si dijera “quiero volver al lugar del que vengo”. Este gesto de Santa Bárbara bien pudiera ser el contraste del impetuoso y atormentado interior que habitaba su otro contemporáneo, Miguel Ángel, quien debatía continuamente en su pintura y escultura la irredimible dialéctica entre el mundo espiritual y el mundo terrenal.

El alma del hombre del Renacimiento puede representarse en estos tres genios, Leonardo, Miguel Ángel y Rafael, como en Lacan, en tres registros: simbólico, imaginario y real. Leonardo, en el terreno, en lo real, científico, buscador incansable de la perfección y del detalle quiere saciar infatigablemente su comprensión del universo. En su pintura delinea minuciosamente cada cabello de cada figura que representa o es capaz de plasmar más de 40 especies botánicas -que son claramente identificables- en el cuadro de la Anunciación.

Miguel Ángel, en cambio, queda atrapado en cierta dialéctica existencialista entre el mundo terrenal y el mundo espiritual; en la imagen, en lo imaginario. Esta angustia la muestra, por ejemplo, en varias escenas de una de sus grandes obras, la bóveda de la Capilla Sixtina. Y queda atrapado allí. No sabe cómo entrar en este mundo ni cómo salir de él.

Rafael nos muestra la síntesis a modo de símbolo. El papa profético, la santa prudente, que encarnan dos gestos eternos, los de Leonardo y Miguel Ángel; los de la caballería y la fortaleza, los de los pastores y los agricultores. Los nómadas y los sedentarios. Los innovadores y los expertos en lo que ya fue probado.

Rafael, siempre uniendo, sintetizando, compartiendo, nos lleva al límite de esa tensión por ver más allá, en su último cuadro: “La Transfiguración”. Padres y maestros en la sombra debatiendo la solución a la “locura” del niño que habita el centro del cuadro. Un niño llamado loco, quien en el caos y la penumbra es el único capaz de ver “la luz” y señala -mientras le sujetan- hacia esa otra “realidad”, hacia otra perspectiva, totalmente ajena al genio que le rodea.

Rafael pinta la trans_FIGURACION. Lo que hay más allá de la noticia que todos dan, de lo manido. Hay personas que re_conocen lo que para los demás es irreconocible porque su mirada punza y aparta la niebla, situada en la vía del avance de la conciencia y de su conocimiento. Rafael nos lleva gentilmente hacia ese lugar. Invita a tener visión adivinatoria, traspasadora, imponiéndose

a las retenciones de los demás. Análisis, dialéctica y síntesis.

Rafael concluye una etapa que llevó al hombre a un nuevo estado de consciencia, como decía Rudolf Steiner en su última conferencia. Al estado de la conciencia de quien innova y no de quien reproduce de quien apuesta por la visión en vez de por la hermenéutica.

UNA NUEVA ECONOMÍA Y UN NUEVO FUTURO

Pero a finales del siglo XIX las cosas cambiaron. Frente al humanista se levantó el positivista. Leonardos reencarnados. Nietzsche enseñó que no existe un punto de vista privilegiado, Einstein enseña la Relatividad, los observadores no pueden ni acordar si dos sucesos son simultáneos, Cézanne lleva el cambio de mirada a sus lienzos al tiempo que Picasso y Bracque hacen una nueva pintura impresionista con las técnicas del collage. El mundo se hace collage y Vattimo arroja la penúltima piedra sobre Platón. La verdad tampoco existe. Sólo la verdad de la ciencia.

Nace un mundo caótico que anticipó Nietzsche en su lúcida locura. Una raza de titanes, Morgan, Rockefeller, Gates, Ellison, Bezos, Plattner, Zuckerberg, diseñan y crean las herramientas en las que se apoya el progreso. Mucha tensión, como la que sentía Miguel Ángel.

Ahora, después del B2By del B2C, aparece una economía del peer to peer (P2P), una economía que sobrepasa el C2C pues se trata de ventas entre consumidores, colaborativa, por lo que bien podemos remarcar este hecho denominándola C3C. Pensemos en la subversión que supone: el consumidor no es el que compra sino el que vende y no lo hace porque le falte sino porque le sobra. Pensemos en el carácter esencial de lo que parece un oxímoron. El concepto más importante para comprender el proceso de este nuevo mundo es la relación.

Con Aristóteles fue una categoría del ser. Si pintamos algo de blanco aquí y hay algo blanco en Marte quedan instantáneamente relacionados como por milagro, por pululación, decían los escolásticos. Debatieron los sabios si las relaciones son internas a los entes o externas. Bertrand Russell pensó que externas porque la relación $A > B$ no depende de algo que esté en A o en B, sino de que los comparemos nosotros. Los idealistas como Bradley pensaron lo contrario. Los dos tenían razón.

Antes eran clientes, meros consumidores, quienes eran clasificados por los especialistas en marketing por sus esencias, como "émulos integrados", que ahora pasan a no tener esencia, a ser una parte de una red social que ya no es un "en sí", sino que tiende a la cooperación.

Tal es su número que los colectivos constituyen redes con relaciones internas que generan y demandan innovación. Quieren que su vida cambie porque se sienten amenazados. Hacen temblar al transporte, descolocan a los hoteles. Hoy casi todo el mundo se siente amenazado y demanda cambios. Es la cuarta C que califica la situación, consumidores relacionados por consumidores de forma cooperativa para cambiar: C4C.

La innovación deja de ser un estado de las cosas o un existir, un aparecer. La decisión de alguien que la encuentra en sueños proféticos. No es la visión del loco transfigurado. Es el punto de fuga de todos los puntos de fuga.

En el Renacimiento dejamos de vivir en una tierra plana, en un mundo plano. Arriba pasó de estar en el más allá, como en la novela Flatland, a estar más arriba. Ahora estamos en un mundo relacionado. ¿Dónde está más arriba en una red? Lo contaremos en el próximo número. Mientras tanto, interrógate: ¿cómo vas a llegar más arriba en tu red en vez de más al lado?

Hegel era optimista. Siempre pensó en el triunfo de la Historia, en que la astucia de la razón (List der Vernunft) se impone siempre. No lo sabemos. En las guerras y en las crisis es más difícil creerle.

Los titanes oyen ahora la música del Götterdämmerung. En su redacción final, Wagner, tras leer a Feuerbach, pensó que los dioses eran la construcción de las mentes humanas y que el amor primaba sobre

todos los demás asuntos humanos. Brünhilde proclama la destrucción de los dioses y su sustitución por la sociedad humana gobernada por el amor. No sabemos si tenía razón pero sí sabemos que es el tiempo de espíritus como el de Rafael. Es el tiempo de la síntesis (Aufhebung) creativa. La solución no está en la comunicación de máquinas (M2M) ni en el hablar sofista (H2H). Está en cooperar para cambiar (C4C).

Es la canción que el mercado barrunta, la de la tierra donde artistas como Rafael hicieron de los sueños arte, es la música de las esferas, que otros pensaron y que la tecnología nos permite hacer.



Madonna Sixtina, de Rafael.



Ana Marzo Portera
Marzo & Abogados

Marzo & Abogados
DERECHO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

La protección de la propiedad intelectual en el entorno digital

Aunque con algunas excepciones en relación con los plazos, el pasado 1 de enero de este año entró en vigor la reforma de la ley de propiedad intelectual que se produjo a través de Ley 21/2014, de 4 de noviembre, por la que se modificaron el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual y la Ley 1/2000, de 7 de enero, de Enjuiciamiento Civil.

La vigencia de la norma no ha estado exenta de efectos ya desde su publicación. La primera respuesta a la misma la protagonizó Google, con el anuncio del cierre de su servicio Google News al que puso fin en nuestro país el día 16 de diciembre, lamentando tener que tomar dicha decisión.

Según la exposición de motivos de la norma, las industrias culturales y creativas constituyen un sector de gran relevancia en nuestro país, tanto por la singular naturaleza de las actividades que desarrollan como por su peso económico, puesto que generan cerca del 4 por ciento del producto interior bruto español. Además, señala que el desarrollo de las nuevas tecnologías digitales de la información y de las redes informáticas descentralizadas han tenido un impacto extraordinario sobre los derechos de propiedad intelectual, que ha requerido un esfuerzo para proporcionar instrumentos eficaces que permitan la mejor protección de estos derechos legítimos, sin menoscabar el desarrollo de Internet, basado en gran parte en la libertad de los usuarios para aportar contenidos.

Por ello, el Gobierno consideró prioritario abordar modificaciones legislativas en materia de propiedad intelectual dado que, en su opinión, existían problemas cuya solución no podía esperar a la aprobación de una nueva Ley integral de Propiedad Intelectual.

Concretamente, las medidas que recoge la ley de modificación se agrupan en tres bloques: (i) una profunda revisión del sistema de copia privada, (ii) el diseño de mecanismos eficaces de supervisión de las entidades de gestión de los derechos de propiedad intelectual y (iii) el fortalecimiento de los instrumentos de reacción frente

Se ha modificado la excepción relativa a la cita y reseña e ilustración con fines educativos o de investigación científica, principalmente en lo relativo a la obra impresa.

a las vulneraciones de derechos que permita el impulso de la oferta legal en el entorno digital.

Además, con la nueva ley se han adoptado diversas medidas adicionales para los artistas intérpretes o ejecutantes, reconociendo así la importancia que la sociedad atribuye a su contribución creativa en ese sector, además de establecer un marco legislativo que garantiza la seguridad jurídica en la utilización de las llamadas "obras huérfanas", esto es, aquella obra cuyos titulares de derechos no están identificados o, de estarlo, no están localizados a pesar de haberse efectuado una previa búsqueda diligente de los mismos.

Igualmente se ha modificado la excepción relativa a la cita y reseña e ilustración con fines educativos o

de investigación científica, principalmente en lo relativo a la obra impresa. Por un lado, como ya hemos indicado al inicio, se ha actualizado para el entorno digital el régimen aplicable a las reseñas realizadas por servicios electrónicos de agregación de contenidos. En este apartado, se especifica además que la puesta a disposición del público por parte de terceros de cualquier imagen, obra fotográfica o mera fotografía divulgada en publicaciones periódicas o en sitios web de actualización periódica, ha de estar siempre sujeta a autorización.

Por otro lado, la actual regulación de la cita e ilustración de la enseñanza queda prácticamente inalterada con el alcance actual respecto a pequeños fragmentos de obras, salvo en el supuesto



de obras en forma de libros de texto, manuales universitarios y publicaciones asimiladas, así como respecto a obras aisladas de carácter plástico o fotográfico figurativo.

En este punto se ha realizado una modificación respecto al ámbito de aplicación de la citada excepción que, a partir de ahora, no se circunscribirá a las aulas, sino que se contempla de manera general para cubrir otros tipos de enseñanza como la no presencial y en línea.

Sin embargo, en el ámbito de las universidades y centros de investigación, para las obras o publicaciones, impresas o susceptibles de serlo, se amplía la excepción en defecto de autorización o de actos referidos a contenidos sobre cuyos derechos el centro usuario sea a su vez titular, aunque dicho uso beneficiado de la excepción, no deja de devengar la correspondiente y necesaria remuneración.

Pero sin duda, el grupo de medidas que más dará que hablar es el relativo a la “mejora de la eficacia de los mecanismos legales para la protección de los derechos de propiedad intelectual” frente a las vulneraciones que puedan sufrir en el entorno digital.

En este punto, se establecen unos criterios claros en el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual respecto de los supuestos en que puede producirse responsabilidad de un tercero que incurre en una infracción de derechos de propiedad intelectual. En este sentido, se prevé que será responsable como infractor quien (i) induzca dolosamente la conducta infractora; (ii) quien coopere con la misma, conociendo la conducta infractora o contando con indicios razonables para conocerla; y (iii) quien, teniendo un interés económico directo en los resultados de la conducta infractora, cuente con una capacidad de control sobre la conducta del infractor.

Según la exposición de motivos de la norma, este tipo de supuestos son especialmente comunes en el entorno digital, en

el que las conductas vulneradoras cometidas por determinados sujetos son a menudo posibilitadas y magnificadas por la intervención de terceros, cuya conducta excede en ocasiones de una mera intermediación o de una colaboración técnica, pasando a constituirse en modelos de negocio ilícitos fundamentados en el desarrollo de actividades vulneradoras de terceros a quienes inducen en sus conductas, con quienes colaboran o respecto de cuya conducta tienen facultades de control.

Por ello, además, se ha dotado a la Sección Segunda de la Comisión de Propiedad Intelectual de mecanismos más eficaces de reacción frente a las vulneraciones cometidas por prestadores de servicios de la Sociedad de la Información que no cumplan voluntariamente con los requerimientos de retirada que le sean dirigidos por aquélla. El nuevo texto incluye la posibilidad de requerir la colaboración de intermediarios de pagos electrónicos y de publicidad y prevé la posibilidad de bloqueo técnico sancionando en vía administrativa a aquellos prestadores que “incumplan reiteradamente” los requerimientos de retirada.

Es importante destacar que la norma introduce de nuevo la afirmación de que “la interrupción de la prestación del servicio o la retirada voluntaria de las obras y prestaciones no autorizadas tendrán valor de reconocimiento implícito de la referida vulneración de derechos de propiedad intelectual” y pondrá fin al procedimiento, afirmación que ya recogía el Real Decreto 1889/2011, de 30 de diciembre, por el que se regula el funcionamiento de la Comisión de Propiedad Intelectual en su artículo 20 apartado 2º, y que fue anulado por la Sentencia del Tribunal Supremo de 31 de mayo de 2013.

En los próximos meses seguramente nos encontraremos con noticias y resoluciones que, no exentas de polémica, comenzarán a dar los frutos de esta norma que se incorpora y modifica el vigente texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual.

NUESTROS ASOCIADOS



INFORMACIÓN PERSONAL

- **Lugar de nacimiento:** Valencia (ciudad)
- **Aficiones en su tiempo libre:** bricolaje, pasear, lectura.
- **Un restaurante de su ciudad que recomendaría al resto de asociados y lugares que deberían visitar si van allí:** El Ventorro, aunque saliendo de mi ciudad natal y muy cerca está el restaurante Avenida en Meliana (Valencia) de mi amigo Jose.
- **Escritor preferido y la mejor de sus obras, en su opinión:** Fundamentalmente leo libros de divulgación científica sobre dos temas que me apasionan: la cosmología y la paleoantropología. Para iniciarse en ellos, recomendaría dos libros editados ya hace unos años pero que en mi juventud despertaron mi interés por estas temáticas: "Breve historia del tiempo", de Stephen Hawking, y "El primer antepasado del hombre", Donald Johanson.

Julián Olmo

Prevención Fremap acaba de concluir un proyecto estratégico de renovación de sus sistemas y ha confiado en la plataforma de gestión de SAP para renovar y optimizar su metodología interna. Julián Olmo, su Director de Operaciones, nos cuenta los beneficios que ha conseguido la organización en términos de mejora de los procesos internos, de la gestión o de aumento de la rentabilidad, de cara a afrontar sus retos de futuro y mantener su liderazgo en el mercado.

¿Qué soluciones SAP utiliza su compañía y desde cuándo?

Acabamos de implantar la tecnología SAP dentro de un proyecto de reorganización interna en el que hemos estado trabajando durante tres años 50 personas de nuestra compañía y 25 consultores externos. Ha sido un proyecto que hemos denominado "Ícaro", que tenía como objetivo optimizar nuestros procesos y sistemas de información. Hay que tener en cuenta que nuestros sistemas de información databan de hace 20 años, por lo que presentaban carencias en algunas áreas de la compañía.

¿Por qué eligió SAP como su proveedor de software de gestión?

Hace cuatro años empezamos a plantearnos que teníamos que acometer esta reforma y estuvimos casi doce meses viendo las distintas soluciones del mercado. Al final la elegida fue SAP. Tuvimos muy en cuenta que es una tecnología que utilizan 31 de las 35 empresas del IBEX y ésta es una razón de que está suficientemente contrastada. Una vez tomada la decisión, el siguiente paso fue delimitar con los responsables de SAP el alcance del proyecto y establecer las pautas para su paulatina implantación. Hay que tener en cuenta que durante estos tres años, más de un tercio del tiempo dedicado al proyecto ha sido para realizar las correspondientes pruebas que sirven para garantizar el correcto funcionamiento de todos los módulos del sistema.





Háblenos de su experiencia con SAP. ¿Qué objetivos perseguía su compañía?

Para nosotros esto no era simplemente un proyecto informático. Ha sido una oportunidad también para revisar y actualizar los procesos y metodologías en todas las áreas de la compañía. Con esta nueva plataforma queríamos renovar nuestras estrategias comerciales, optimizar nuestras ventas e involucrar a todas las áreas relacionadas con la explotación de nuestro negocio, que es la prestación de servicios en Prevención de Riesgos Laborales (PRL).

No hay que olvidar que Prevención Fremap es la compañía líder en este sector, en el que doblamos en tamaño y en ventas a nuestro siguiente competidor. Por ello, y como empresa referente en PRL, debíamos emprender una renovación de cara a mantener ese liderazgo en un nuevo escenario que se está configurando para los próximos años, dado que la legislación nos obliga a 'volar' por nuestra cuenta a partir de mediados de 2015 y dejar de ser una compañía vinculada a una mutua. Se abre, pues, un nuevo escenario para el que nos venía muy bien una actualización y optimización de nuestros sistemas de gestión.

¿Qué objetivos pretendía conseguir con la implantación de cada solución implantada?

Como ya he comentado, fundamentalmente para renovar y optimizar toda nuestra metodología interna. En lo comercial, por ejemplo, con esta nueva herramienta disponemos de un potente CRM que nos sirve para mejorar las relaciones con nuestros clientes y ofrecerles nuevas e interesantes ofertas. En la gestión económico financiera se introducen nuevas aplicaciones que nos ayudan en los procesos de compras, inventario, tesorería, etc.

También nos está siendo muy útil en la gestión de los recursos humanos de la compañía. Tenga en cuenta que somos una empresa con más de 2.200 empleados muy dispersos geográficamente, ya que tenemos más de 150 centros de trabajo diferentes por toda España. En este ámbito, la solución nos ha

permitido introducir un módulo que favorece el desarrollo profesional de todos los empleados evaluando de forma sistematizada las habilidades y competencias de cada persona y planificando constantemente acciones de mejora. No olvidemos que en una compañía de servicios como la nuestra el éxito depende en gran medida de una buena gestión de los recursos humanos.

¿Cuáles son los principales beneficios que ha obtenido su empresa con la tecnología SAP?

La implantación de SAP ha sido una auténtica revolución en clave positiva para Prevención Fremap. Está sirviendo para aumentar la fidelización de nuestros clientes existentes y para ayudar a los comerciales en la captación de nuevo negocio. Está también mejorando los procesos internos y haciendo que tengamos una gestión más eficaz.

En resumen, nos está permitiendo aumentar la rentabilidad pero sin ceder un ápice en nuestro modelo de negocio, que siempre ha estado basado en la excelencia. Además, está siendo muy útil en los procesos de internacionalización que estamos llevando a cabo porque es una plataforma que nos permite trasladar nuestro modelo de gestión a otros países, adaptándose a las peculiaridades de cada mercado y optimizando nuestra estrategia de diversificación e internacionalización.

¿Qué retos afronta el departamento de TI de su empresa en 2015 y qué proyectos tecnológicos van a priorizar?

El reto principal para este año es la consolidación de esta nueva forma de gestión y sacar de ella la máxima rentabilidad. Para ello, tenemos la suerte de contar con la plena implicación de todos los empleados en este nuevo y revolucionario modelo de gestión. Así pues, la prioridad es optimizar esta nueva herramienta y mejorar con ella el servicio que ofrecemos a nuestros clientes y nuestra rentabilidad como empresa en un año, 2015, que va a ser clave para nuestro futuro.



- **Nombre de la empresa:** PREVENCIÓN FREMAP.
- **Sede:** C/ Navaluenga, 1 - 28231 Las Rozas.
- **Sector:** Prevención de riesgos laborales.
- **Facturación:** 126 millones de euros/año.
- **Empleados:** 2.200.
- **Web site:** www.prevencionfremap.es

DE UN VISTAZO



Mona Biegstraaten

Presidenta de CIONET España y Latinoamérica



Innovar para alcanzar la madurez digital

¿En qué consiste realmente lo de “alcanzar la madurez digital”? Normalmente se plantea como un camino de mejora del grado de digitalización de los procesos de negocio de la empresa y la implantación progresiva de las TIC potenciando su utilización.

Muchas organizaciones están invirtiendo en iniciativas tecnológicas para cambiar la gestión operativa de la empresa (relación con clientes, operaciones, modelo de negocio), pero los problemas vienen en muchos casos por la falta de una estrategia coordinada y de la desorganización.

Que las nuevas tecnologías están transformando todos los negocios lo sabemos, pero ¿cuáles son las nuevas reglas de gestión para que nuestro negocio tenga éxito en esta nueva Era Digital?, ¿qué es lo que ha cambiado con respecto a la gestión de hace una década?

Los mayores cambios son la velocidad a la que todo sucede, la información online disponible para cualquier usuario, la movilidad por la que todo el mundo puede localizar en cualquier momento a alguien esté donde esté, y los datos en la nube.

Todos estos cambios han hecho que las TIC ya no tengan nada que ver con lo que eran hace 10 o 15 años. Ni la tecnología que utilizamos ni la forma de gestionarla. Ni siquiera el rol del CIO se parece ya a lo que era... Se ha convertido en un gestor, en un innovador, en el aliado necesario para que cualquier empresa realmente dé el paso a esta madurez digital.

Pero la mayor consecuencia de todos estos cambios para nuestras empresas es, en mi opinión, que el poder ya no lo tiene la empresa sino el consumidor. Que, además, ¡nunca antes había sido tan exigente! Y encima, dentro de la empresa, el poder tampoco es ya de los altos directivos, ni siquiera del CI(II)O, sino de individuos o grupos de individuos que son capaces de crear nuevas ideas, diseñar nuevos productos, de probar, fallar, experimentar hasta llevar estas novedades al mercado. Estos creativos son los que realmente pueden tener un gran impacto para la mejora y la transformación de las empresas.

Estas personas o pequeños grupos suelen existir ya en las empresas pero ocultos bajo las erróneas y antiguas normas de gestión. Son personas con conocimiento tecnológico, conocimiento del negocio y creatividad. Si los consigues identificar y les das una buena dosis de libertad y la tecnología necesaria, podrán hacer cosas impresionantes y a velocidades insospechadas.

El mayor problema para que esto ocurra es que la mayoría de las empresas (o mejor dicho, sus directivos) siguen centrados en minimizar los riesgos en vez de en maximizar la libertad y la velocidad. ¡Este enfoque ya no funciona en esta nueva era digital! Es, entre otras cosas, demasiado lento.

Para innovar, transformarse, adaptarse a la nueva era y conseguir esa madurez digital, lo primero que hay que hacer es conseguir (buscar en la empresa o contratar) personal creativo y preparar un entorno en el que puedan aportar todo su valor.



PASOS NECESARIOS

Cambiar la cultura de la empresa para obtener un entorno en el que los creativos se sientan cómodos; que les importe su lugar y entorno de trabajo. Por ejemplo, piensa en las cosas de la empresa que importan al personal, la manera de trabajar, de tomar decisiones... ¿son las correctas?

Un ejemplo que hace esto posible puede ser que se trabaje en pequeños equipos, que la empresa esté organizada alrededor de los equipos que mayor impacto puedan tener sobre el negocio.

Por favor, no pases meses diseñando un plan para este cambio (como hemos hecho siempre); pon tu esfuerzo en crear una buena y sólida base en la empresa para soportar los rápidos y multitudinarios cambios que se van a experimentar. Esta base sólida implica pensar en productos superiores con una tecnología única, optimizar en base a crecimiento y no beneficio, o conocer a tu competencia... que no seguirla.

Ahora sí estas preparado para contratar o buscar a esos equipos humanos de creativos. Y algo fundamental: esta tarea de contratar es tan crítica que no podemos jamás delegarla al 100 por cien en otros. A partir de este momento ya puedes crear ese entorno nuevo para que los creativos puedan “darlo todo”.

La toma de decisiones más consensuadas (que no significa que todos estén de acuerdo, sino que todos sean escuchados y entonces buscar la mejor respuesta) y una mejor y más rápida comunicación interna, son los primeros cambios imprescindibles para crear ese nuevo entorno en la organización.

Y recuerda: las mejores ideas pueden venir de cualquier sitio o persona dentro de tu organización. Permite que fluyan...



Making HR Work Better

NorthgateArinso es un proveedor global líder en el Mercado de Software y Servicios de Recursos Humanos que ayuda a que las empresas transformen sus operaciones clave de RRHH a través de soluciones innovadoras de negocio.

Ayudamos a nuestros clientes a optimizar los servicios de RR.HH. a través de procesos más inteligentes y una tecnología más eficaz, dando soporte a áreas clave de RR.HH. como Administración de Personal, Nómina, Beneficios, Contratación, Formación y Gestión del Talento.

Lo que nos hace únicos es “The NGA Advantage”: Una combinación de nuestra amplia experiencia y conocimiento de los RRHH, plataformas y aplicaciones de la más avanzada tecnología y un portfolio global de servicios flexibles.

Optimice sus procesos en el ámbito de las compras
e identifique oportunidades de negocio

ARIBA

Solución “end-to-end” estratégica que ofrece una gestión global del gasto, desde el análisis para el abastecimiento, la contratación, el aprovisionamiento y el pago, para garantizar el máximo ahorro y mínimo riesgo.

