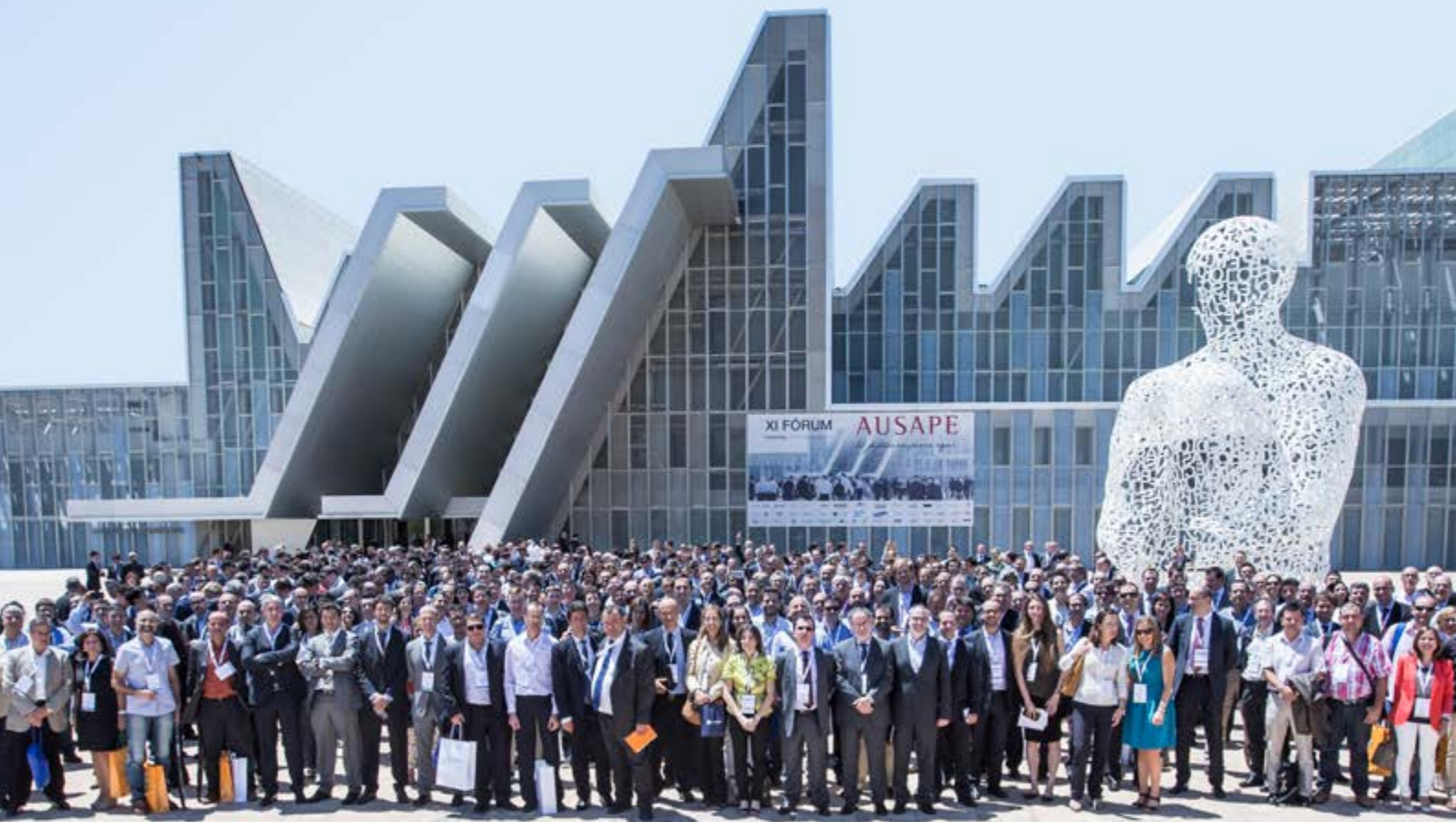


AUSAPE

Asociación de Usuarios de SAP España • Nº 38. Julio 2015

El Fórum se consagra

AUSAPE reúne en Zaragoza a más de 600 profesionales SAP



TAMBIÉN EN ESTE NÚMERO

José Pablo de Pedro

Managing Partner de Techedge
España & LATAM

Fernando Lucero

CIO de Iberdrola

ACOFARMA

nos habla de su experiencia con SAP



Tecnocom

Líder en Tecnologías de la Información

Tecnocom es Service Partner de SAP desde hace 20 años. Diseña e implanta proyectos en más de 100 clientes y Gestiona un volumen de negocio superior a los 16 m€ anuales. Cuenta con más de 500 Consultores con capacidades para la gestión, consultoría y desarrollo de soluciones SAP.

INNOVACIÓN TECNOLÓGICA APLICADA A SOLUCIONES:

- Soluciones Fiori y Screen Personas, para mejorar la productividad de los usuarios.
- Con HANA simplificamos las soluciones SAP y obtenemos más actualizaciones funcionales.
- Plataforma propia de SAP en la nube, SAP HANA Enterprise Cloud, para minimizar los riesgos tecnológicos.
- Facilitamos la adopción de nuevas soluciones en la nube:
 - Success Factors.
 - Cloud for Customers.
 - Hybris.
 - Ariba.



• Consultoría • Tecnología • Outsourcing

www.tecnocom.es

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 Ingelmo
Amando Vela
Xavier Ballart
Rafael Berriochoa
Xavier Aymerich
Oscar Soler

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 Ballart

Vocal de la Junta Directiva de AUSAPE
en representación de Codorníu

Un Fórum que crece y establece nuevas metas

Estimado Asociado,

La asistencia de 624 asistentes de 236 empresas y el respaldo de 44 partners a la XI edición de Fórum AUSAPE posiciona al evento como el principal punto de encuentro del ecosistema SAP y su consolidación como evento tecnológico.

Con estas cifras en la mano, nuestro evento de mayor envergadura ha vuelto a superar las cuotas alcanzadas en la convocatoria del año pasado y ha establecido nuevos listones para sucesivas ediciones. Este nuevo logro compensa con creces el trabajo y los recursos destinados para su organización.

Estamos satisfechos pero también agradecidos de la fidelidad que muestran nuestras empresas asociadas con el evento, lo que nos confirma que nuestro trabajo avanza en la buena dirección a la hora de aportar un valor real a las organizaciones. Por eso, como no podía ser de otra manera, nos ponemos a trabajar desde ahora en la convocatoria de 2016, pensando en formatos y contenidos que puedan ser de interés para todos y cada uno de los miembros de AUSAPE en su reto de ayudar a los negocios a ser más competitivos a través de la tecnología.

Nos vamos de vacaciones con la satisfacción de haber cumplido las expectativas de los asistentes, como demuestran las encuestas de satisfacción, que también nos han trasladado sugerencias que serán tenidas en cuenta para asegurar la mejora continua del Fórum. Los resultados de la evaluación los encontraréis en el interior de la revista, que dedica en torno a 30 páginas al evento.

El ejemplar también incluye un buen número de noticias, entrevistas y artículos en profundidad sobre diversas soluciones tecnológicas y temas que pueden tener impacto en la evolución de las empresas.

En mi nombre y en nombre de toda la Junta Directiva, esperamos que el contenido de esta última revista que llega a vuestras oficinas antes de las vacaciones del verano, sea muy útil. Septiembre será la antesala del último tramo del año en el que llegarán a término muchos de los proyectos tecnológicos que todos hemos emprendido este año, y también para AUSAPE, que tendrá por delante meses de intenso trabajo.

¡De momento, disfrutad del verano!



Nuestros colaboradores habituales

HELMAR RODRÍGUEZ

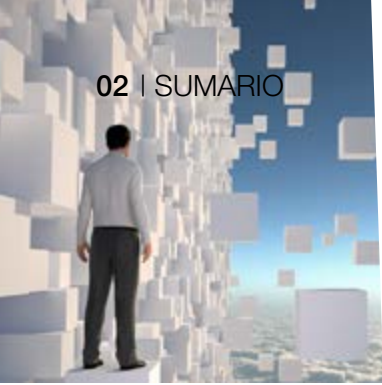
Design Thinker. Con una formación que combina el enfoque empresarial con una fuerte base humanista, imparte seminarios de desarrollo personal, comunicación, liderazgo y oratoria en España, Portugal y Latinoamérica. Le puedes encontrar en nuestra sección 'Virus de la Mente' y también en: www.virusdelamente.blogspot.com 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'.

GONZALO M. FLECHOSO

Licenciado en derecho y auditor CISA por la ISACA, con una larga experiencia en el asesoramiento en Sociedad de la Información. Es miembro de EQUIPO MARZO, consultora especializada en TIC. Puedes encontrarle en nuestra sección 'Rincón legal' y en www.equipomarzo.com



DESTACAMOS A ...	03
NOTICIAS	04
XI FÓRUM AUSAPE	07
Fórum AUSAPE reúne en su edición de 2015 a 624 profesionales de más de 300 empresas	
Anxo Pérez, "Nunca te rías de los sueños de nadie y nunca permitas que nadie se ría de los tuyos"	
7 sesiones de SAP sobre soluciones y temas que preocupan a los clientes	
Tres empresas nos cuentan sus proyectos ganadores y su experiencia a la hora de presentarse	
El sistema de Suministro Inmediato de Información, próximo reto de los departamentos financieros	
Los clientes, junto a sus partners, hablan de sus experiencias con las soluciones de SAP	
Luis Martín, "En la digitalización está el comienzo de un nuevo mundo, donde la potencialidad de la tecnología es enorme"	
Los asistentes ponen nota al evento con las encuestas de satisfacción	
Resumen de críticas, comentarios y sugerencias obtenidos de las encuestas de satisfacción	
Los asistentes opinan sobre Fórum AUSAPE	
Networking Fórum AUSAPE	
NUESTROS CIOs OPINAN	34
Fernando Lucero, CIO de Iberdrola	
ENTREVISTA	38
José Pablo de Pedro, Managing Partner de Techedge España & LATAM	
EN PROFUNDIDAD	40
SAP API Management, un acelerador para su transformación digital	
El valor añadido de las soluciones de movilidad y accesibilidad SAP en la gestión tesorera	
"Queremos que el cliente se ocupe de su negocio, nosotros nos ocupamos de la tecnología"	
Herramientas de gestión de empleados y pymes	
HANA Cloud Platform: Simplifica el desarrollo de aplicaciones en la nube	
Gestión eficiente de datos energéticos en el mercado liberalizado	
Retención del talento a través del salario emocional	
Vistex: el camino a una gestión comercial eficiente	
Retos de gestión que soluciona SAP S/4HANA	
EL VIRUS DE LA MENTE	58
Innovación: el Sabor de la Singularidad y la Individualidad	
UNO DE LOS NUESTROS	61
Paco Sola, Gerente de Proyectos Cloud Sales en Altim	
RINCÓN LEGAL	62
BYOD y sus implicaciones legales	
ENTREVISTA	64
Doctora Carlota Calvo Escribano, Jefa de la Unidad de Oncohematología pediátrica del Hospital Universitario Miguel Servet de Zaragoza	
LA TRASTIENDA	66
Entrevista a Servant Dovarganes, Jefe de Sistemas de ACOFARMA	
FIRMA INVITADA	68
Persigue la excelencia cuando ya eres excelente	



ESPECIAL XI FÓRUM AUSAPE (pág. 07)

ENTREVISTA (pág. 38)

José Pablo de Pedro, Managing Partner de Techedge España & LATAM



NUESTROS CIOS OPINAN (pág. 34)

Fernando Lucero, CIO de Iberdrola



UNO DE LOS NUESTROS (pág. 61)

Paco Sola, Gerente de Proyectos Cloud Sales en Altim



ENTREVISTA (pág. 64)

Doctora Carlota Calvo Escribano,
Jefa de la Unidad de Oncohematología
pediátrica del Hospital Universitario
Miguel Servet de Zaragoza

**FIRMA INVITADA
(pág 68)**

Anxo Pérez.
Persigue la excelencia
cuando ya eres
excelente





Sara Antuñano



Javier Mediavilla



Jesús Miranda

¿Qué opinan los coordinadores de los GTs de Fórum AUSAPE 2015?

Nos encontramos en la XI edición del Fórum (especial en página 7) con algunos de los coordinadores de los Grupos de Trabajo de AUSAPE y les pedimos su opinión sobre el evento.

Sara Antuñano, de Eroski y una de nuestras coordinadoras más veteranas, nos contó que “desde el momento que he cruzado la puerta, a la organización le pongo un 10. Como todos los años, está siendo muy fructífero y ha habido mucha asistencia. Lo que más me ha gustado respecto a otros años es la ubicación de los partners. Al estar en el centro y junto a la zona de cafés, según vas entrando, te vas encontrando con ellos y puedes conversar con todos. Mi frase sería ‘he venido todos los años, y cada año mejora como el buen vino’”.

Y de Sara Antuñano, coordinadora del Grupo Financiero Sector Privado, pasamos a dos coordinadores que acudían por primera vez. Jesús Miranda, de ALK Abelló y coordinador del Grupo de Trabajo ALM, señaló que “es un evento muy bien organizado con contenidos interesantes y muy dinámicos,

que logran mantener la atención. Además, son temas actuales con proyección de futuro. No se limitan al presente”.

Por su parte, Javier Mediavilla, que acaba de asumir la coordinación del Grupo Financiero Sector Público, ha quedado “impresionado de la elevada asistencia y la buena organización, así como del alto nivel de las ponencias. Es un evento muy recomendable”.

Respecto a sus planes para el grupo, Mediavilla, que trabaja en la Universidad Complutense de Madrid (UCM), dedicará las primeras sesiones de trabajo a la eFactura desde el punto de vista de la Administración Pública, que es receptora de las facturas electrónicas emitidas por las empresas. Además, se tratarán también temas como el Expediente Electrónico y Contratación/Licitación Electrónica.

El Grupo también analizará los próximos cambios legales y, en caso de que afecten al Sector Público, empezará a trabajar en los ámbitos de impacto para lograr la correcta adaptación de los sistemas.

Las competencias digitales de nuestros directivos

El estudio “Nivel digital directivo”, fruto de la colaboración entre EADA Business School, Penteo y RocaSalvatella, mide las competencias digitales de los ejecutivos españoles, que son claves en la transformación digital de las empresas. El documento llega a la conclusión de que existen carencias competenciales importantes, como la visión estratégica, el trabajo en red o la orientación al cliente.

El trabajo, que se ha elaborado a partir de una encuesta a más de 600 directivos de diferentes sectores y tamaños de empresa, muestra que la percepción del dominio de las tecnologías que tienen los directivos es más alta que la realidad. Además, los entrevistados muestran altas capacidades de gestión del conocimiento digital, menores de trabajo en red e insuficiente orientación al cliente, y la aplicación de las competencias digitales es mayor en el entorno más cercano o personal que a nivel organizacional.

Esto conduce a que las empresas tengan dificultades a la hora de aplicarlas al trabajo en equipo, a su estrategia y a su relación con el cliente. Apenas aprobamos en visión estratégica -entendida como capacidad para comprender el fenómeno digital e incorporarlo a la estrategia de los proyectos de la organización- y suspendemos en orientación al cliente.

El estudio incide en que existe una baja utilización de las redes y herramientas digitales (4,8 en una escala de 1 a 10) para entender, comprender, saber interactuar y satisfacer las necesidades de los nuevos clientes en contextos digitales. Y aunque en menor medida, también es destacable la baja visión estratégica o capacidad para comprender el fenómeno digital e incorporarlo en la orientación estratégica de los proyectos de su organización (5,5), y una capacidad media para dirigir y coordinar equipos de trabajo distribuidos en red y en entornos digitales (6,2).




Grupo Miquel: Proyectos de éxito de Atos en SAP BI Analytics

La colaboración de Atos con Grupo Miquel se inició en julio de 2014 con un proyecto de reparto de los atípicos del grupo (aque- llos ingresos que Grupo Miquel obtiene del proveedor a raíz de acuerdos y condiciones pactadas a través de su plantilla comercial: rappels, aperturas, publicidad). La iniciativa consistía en ob- tener el atípico total compañía y repartir la parte proporcional de estas comisiones a los productos vendidos y almacenados.

El objetivo de este reparto es evaluar la proporción entre las compras y las ventas que se realizan en un periodo determinado para obtener pesos estadísticos y poder bajar el importe atípico total compañía a nivel de material, centro y proveedor.

Gracias al éxito del proyecto, a finales de 2014 comenzó otro de netado de atípicos hasta mayo de 2015. El objetivo, en este caso, era incluir los atípicos en el coste del producto obteniendo así un mayor margen comercial. La información se almacena en SAP BW y es analizada mediante SAP BusinessObjects 4 y QlikView.



Ambos proyectos pasaron a producción sin impacto en la ges- tión diaria de trabajo de Grupo Miquel.

Desde el inicio de la colaboración, Atos ha participado en otras iniciativas de analítica como Posicionamiento en el mercado y Tic- keting de Help Desk. Actualmente trabaja en tareas de soporte en el mantenimiento SAP BI, así como realizando proyectos y mante- nimiento en otros módulos de SAP.



an **NTT DATA** Company

MÁS DE 1000 PROYECTOS EXITOSOS. ESTE ES EL RESULTADO DEL TRABAJO REALIZADO POR **EVERIS SAP**.

Cuando una compañía como **everis** habla de su trabajo con SAP, lo hace con hechos y experiencia. Porque hemos implementado más de 1000 proyectos exitosamente, utilizando las últimas soluciones y tecnologías de SAP.

Esto nos ha permitido conocer todas sus posibilidades. Y, también, nos ha aportado la tranquilidad de saber que, después de tantas implementaciones, nuestra experiencia es tan sólida como los proyectos que su organización necesita impulsar.

attitude makes the difference

Consulting, IT & Outsourcing
Professional Services

Penteo analiza Microsoft Dynamics NAV, Sage Murano y SAP Business One

En su informe “Competitive Landscape ERP SMB: Microsoft Dynamics NAV, Sage Murano, SAP Business One”, la firma Penteo ha analizado estas tres soluciones, que son las principales soluciones ERP para pequeñas y medianas empresas del mercado español y presentó sus conclusiones en la primera reunión del Grupo de Trabajo SAP Business One de AUSAPE.

Como explica el análisis, la investigación se ha realizado mediante cuestionarios web y entrevistas personales a miembros del departamento TIC de 34 compañías usuarias de las soluciones Microsoft Dynamics NAV, Sage Murano, y SAP Business One.

De sus respuestas se concluye que el periodo medio de obtención del ROI (Retorno de la Inversión) por parte de este tipo de empresas, es de 2,4 años. Segmentando estos datos por solución ERP implantada, SAP Business One se sitúa como la solución que obtiene los mejores resultados, ya que la solución SAP cuenta con el porcentaje superior de ROI en menos de 1 año.

SAP Business One se sitúa como líder en satisfacción con aspectos relacionados con la solución, sobresaliendo sobre las otras soluciones en beneficios que compensan el coste de la inversión realizada, cobertura funcional, usabilidad o facilidad de uso o capacidad de integración con otras aplicaciones. Sin embargo, es Microsoft Dynamics NAV el software mejor valorado en adaptabilidad de la solución, si bien en esta métrica SAP Business One se encuentra a poca distancia de la solución ERP de Microsoft.

SAP Business One es muy ágil, y resulta fácil para los usuarios avanzados añadir campos nuevos o construir informes, etc., pero para cambios más importantes requiere más

tiempo y no todo es posible, por lo menos de manera rápida y simple como en Microsoft Dynamics NAV.

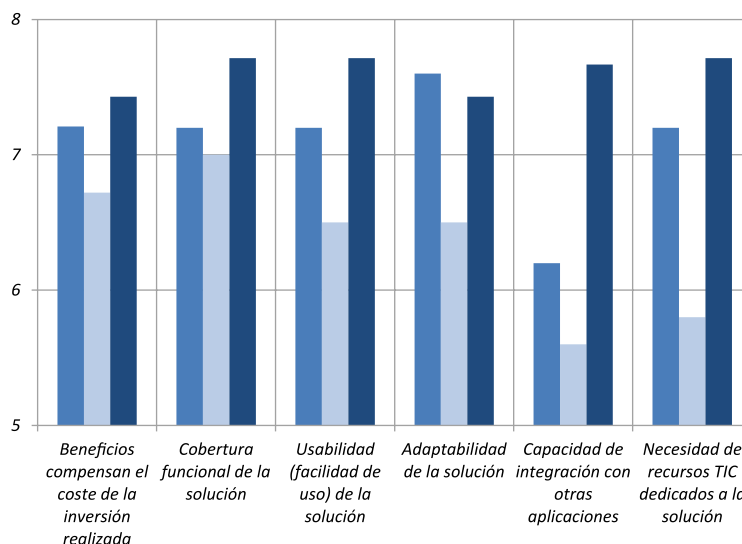
El Coste Total de Propiedad (TCO) y el Coste Total del Cambio (TCC) también son analizados por Penteo. Teniendo en cuenta el impacto de los cambios e integración con otros sistemas, SAP Business One se sitúa como líder de las tres soluciones analizadas en ambos conceptos. La satisfacción en prácticamente todos los indicadores de este grupo es elevada, a excepción del coste del proyecto de implantación respecto al valor recibido a cambio. No obstante, “a medida que las organizaciones llevan más tiempo con la solución de la multinacional alemana, se observa cómo aumenta su satisfacción facilitando los upgrades”, subraya el estudio.

Microsoft Dynamics NAV es la solución peor valorada en cambios de versión. En entornos que requieren de adaptaciones “importantes”, Microsoft Dynamics NAV es más fácil y rápido para los desarrolladores, pero luego tiene su penalización en las migraciones posteriores si no se realiza adecuadamente.

Entre los aspectos a mejorar de SAP Business One se mencionan el coste de implantación respecto al valor que se recibe a cambio, los costes de licenciamiento iniciales y que SAP debe seguir esforzándose en clarificar su oferta de soluciones adquiridas. En cambio, Penteo señala que “los clientes de SAP se benefician de la solidez del producto, de la experiencia del fabricante en las mayores compañías del mundo, de la incomparable cobertura funcional y de las mejores prácticas incluidas en el producto para los principales sectores”. Además, destaca el liderazgo de la solución en TCO y TCC, y que SAP ofrece un roadmap de producto claro y bien definido.

Satisfacción con la solución

(valoración de 1 a 10)



Fuente: Penteo



Con la transformación digital, la competitividad y la excelencia empresarial como ejes centrales del evento

Fórum AUSAPE reúne en su edición de 2015 a 624 profesionales de más de 300 empresas

El Palacio de Congresos de Zaragoza acogió la XI edición de Fórum AUSAPE, el evento anual que organiza la Asociación de Usuarios de SAP España y que en esta convocatoria ha reunido por primera vez los 624 asistentes de más de 300 empresas. La cita tecnológica, consolidada desde hace tiempo como el principal punto de encuentro del ecosistema SAP, estuvo centrada en la transformación digital, la competitividad y la excelencia empresarial.

David Ruiz Badia, Presidente de AUSAPE, fue el encargado de inaugurar el Fórum de 2015, un año el que la Asociación vive un gran momento con más de 420 empresas asociadas, más de 3.000 usuarios registrados en la web a los que da servicio, más de 10.000 usuarios en LinkedIn y más de 1.230 usuarios en Twitter.

En su discurso de apertura puso de relieve los desafíos sin precedentes que supone la economía digital y los cambios que

implica para las organizaciones en la forma de trabajar, de comunicarse y de relacionarse con sus clientes. “La transformación digital abre muchas oportunidades, pero también surgen muchos retos relacionados con los procesos de cambio y los modelos de negocio”, explicó.

La mayoría de los ejecutivos (9 de cada 10), según el estudio de una consultora independiente, tienen unas expectativas claras



sobre cómo pueden mejorar sus empresas con esta transformación y, en este punto, subrayó el papel de tecnologías de análisis de datos, cloud computing o movilidad, así como un enfoque integrador de todas ellas, para generar nuevas oportunidades de ingresos, conseguir más clientes y, en definitiva, ser más competitivas.

Sin embargo, matizó que el ritmo de adopción crea cierta frustración porque “a pesar de los importantes avances, necesitamos profundizar más en identificar y abordar los desafíos de tecnología digital para lograr ser innovadores”, matizó.

“SAP dispone de soluciones que facilitan la innovación”, prosiguió David Ruiz, por lo que tiene que convertirse en un partner estratégico en este tipo de proyectos de transformación digital.

EL PAPEL DE AUSAPE COMO GRUPO DE USUARIOS

En este contexto de cambio, los Grupos de Usuarios de SAP están centrando su atención y sus esfuerzos en ayudar a que los clientes de SAP adopten la innovación y, en este sentido, mencionó logros como conseguir que SAP Fiori y SAP Screen Personas, dos soluciones innovadoras, estén disponibles gratuitamente para las empresas usuarias desde el año pasado.

Queda trabajo por hacer como evidencia una reciente cuenta realizada por el Grupo de Usuarios de Reino Unido e Irlanda entre clientes SAP. El 74 por ciento de las respuestas confirmaron que SAP está poniendo a disposición del mercado innovaciones que les gustaría poder adoptar mucho más rápido. Esto es porque existen barreras a la adopción, explicó el Presidente de AUSAPE, sobre todo por la falta de un estudio claro del retorno de la inversión o business case o los elevados costes de licenciamiento o suscripciones si hablamos de la nube, además de la necesidad de obtener más valor de las inversiones anteriores en soluciones SAP. Por eso, incidió en que “existe interés en adoptar las innovaciones pero una cosa es querer hacerlo y otra poder realizarlo. La adopción de las innovaciones nunca ha sido una tarea fácil, pero como Grupos de Usuarios de SAP creemos que puede simplificarse”.

Tras repasar diversas iniciativas de SAP para impulsar la adopción de la innovación como las políticas de extensión on-premise y cloud o la redefinición de servicios como MaxAttention o Enterprise Support, se centró en el trabajo que están llevando a cabo los Grupos de Usuarios en el marco de SUGEN. Por una parte, se ha puesto en marcha el “Innovation Adoption Chapter”, que trabaja conjuntamente con SAP para obtener entregables que faciliten la adopción de la innovación siguiendo la metodología Design Thinking.

Por otra parte, a petición de los Grupos, SAP ha renovado la página web SAP Innovation Discovery, que ofrece a los clientes una visión consolidada de la cartera de soluciones y facilita la in-

formación técnica y funcional de los procesos que se necesitan para determinar la innovación y solución que mejor se adapta a los requisitos individuales de cada empresa.

PRÓXIMAS ACCIONES DE AUSAPE

En conversaciones con la dirección de SAP a nivel EMEA y a nivel local, se coincidió en que puede que el mensaje de adopción de la innovación y transformación digital no se haya transmitido adecuadamente.

Por este motivo, AUSAPE y SAP han llegado en mayo a un acuerdo por el que la Asociación propondrá a cinco clientes de la compañía asociados de AUSAPE la realización de un workshop de un día de duración en el que, siguiendo la metodología Design Thinking, se trabajará con el cliente para reimaginar procesos de negocio a través de la adopción de la innovación de las nuevas tecnologías. “Uno de los principales objetivos será compartir a posteriori estas experiencias con todos los asociados de AUSAPE”, señaló David Ruiz.

Además, AUSAPE realizará un esfuerzo en los próximos meses para recabar información sobre las soluciones SAP que cada empresa asociada tiene instaladas con el fin de poder ofrecer mejores servicios y más personalizados.

También seguirá impulsando “eventos como éste que nos permiten articular y dar voz a los desafíos de la adopción de la innovación tecnológica y transformación digital y, al mismo tiempo, trabajar conjuntamente con SAP para obtener soluciones y resultados”, subrayó.

Además, al Fórum asistieron Rob van der Marck, Director de Operaciones de VNSG (Asociación de Usuarios de SAP en Holanda), y Mónica Melito, Gerente de Administración y Finanzas de Multirradio S.A. y Presidenta de ASUG Argentina y de AUSIA (Asociación de Usuarios de SAP Ibero América), presencia que David Ruiz agradeció.

Por último, dando continuidad a las acciones de responsabilidad social corporativa de la Asociación, hizo entrega de un donativo a ASPANOA (Asociación de Padres de niños con cáncer de Aragón), consistente en 5 euros por cada profesional inscrito a Fórum AUSAPE. “Una parte del coste de la inscripción a este evento ayudará a esta asociación y la labor tan importante que desarrolla”, concluyó.

Se inauguraban así dos jornadas de intercambio de conocimiento, networking y mejores prácticas entre todos los actores del ecosistema SAP: clientes, partners y la propia SAP. La agenda concentró 2 sesiones magistrales, 7 sesiones de expertos SAP, 2 mesas redondas, y 20 casos de éxito de implantaciones explicados por los propios clientes conjuntamente con sus socios de tecnología.

Asociados,
patrocinadores,
colaboradores
y a toda la familia AUSAPE

¡Gracias!

Vosotros habéis hecho posible una vez más que el **XI Fórum Ausape** haya sido todo un éxito.



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



Anxo Pérez en la sesión magistral:

“Nunca te rías de los sueños de nadie y nunca permitas que nadie se ría de los tuyos”

La sesión magistral del primer día de evento llegó con Anxo Pérez, creador del método 8Belts y autor del título “Los 88 peldaños del éxito”. Él ha cumplido su sueño de revolucionar la enseñanza de idiomas con su metodología y en su charla, haciendo un recorrido de su trayectoria y su libro, nos dio una serie de máximas aplicables a personas y empresas para conseguir alcanzar el éxito.

El ponente magistral de la XI edición de Fórum AUSAPE es un emprendedor español que tiene tras él una historia muy singular, que comenzó a los 15 años abandonando su Finisterre natal para irse a Estados Unidos. Cuenta con cinco titulaciones universitarias, es cantante, compositor y músico y habla nueve idiomas, pero por lo que se le conoce es por haber creado el método 8Belts, que ha revolucionado la enseñanza de idiomas al permitir aprender el chino en menos de ocho meses. De esta aventura profesional ha salido “Los 88 peldaños del éxito”, un libro que a los 50 días de su publicación era número 1 en España y que ha vendido 50.000 ejemplares en nueve meses. Durante su sesión nos habló de su vida y de ocho de estos ‘peldaños’ que llevan al éxito, que denominó ‘la mini-escalera del éxito’.

LECCIONES APRENDIDAS

La aventura de este finisterrano comenzó con su marcha a Estados Unidos, a donde se fue a estudiar sólo con una beca de fútbol dejando a su familia atrás. Mientras estudiaba realizaba también

todo tipo de trabajos no cualificados, de los que dice no tenían nada de indigno, pero ahí empezó su “guerra contra el desaprovechamiento del talento”.

Y de ahí sale su primera lección. “Un día descubrí que lo que hago mal es un océano y lo que hago bien, un charco. Ese patrón se cumple para cada uno de nosotros y el éxito no se encuentra en mejorar nuestros numerosos defectos, sino explotar nuestras grandes virtudes”.

Su siguiente paso fue analizar lo que sabía hacer para aportar valor, y encontrar una necesidad que él podía cubrir, y hacerlo. Ahí empezaron sus batallas contra el desaprovechamiento. De ofrecer sus servicios como intérprete para la población hispana al Departamento de Policía de Virginia o al del Sheriff a los 17 años, pasó a trabajar para el Tribunal Supremo de este Estado a los 19, al Senado de Estados Unidos con 20 y finalmente para el FBI. “Después trabajé para Barack Obama y de regreso a Europa me saqué la última titulación en Bruselas trabajando en un piano-bar”. En esa época reconoce que aún estaba tremendamente

perdido, pero “lo peligroso no es estar perdido, lo peligroso es quedarse quieto”.

Y es en esos años cuando aprende su noveno idioma, el chino, mientras trabaja para la ONU, y percibe que “independientemente del país y el idioma, los errores en este tipo de enseñanza se repetirían siempre”. En la búsqueda de la solución, hay 40.000 horas de trabajo que han dado como resultado el método 8Belts. “Mi sueño –explica– era mejorar la enseñanza de idiomas en el mundo, y cuando dije que nuestra empresa iba a funcionar en función de los resultados y que, si no, se devolvía el dinero, todos nos decían que era imposible. Demostramos que era posible”. No en vano, 8Belts.com, ha pasado de 1 a 80 empleados, crece anualmente un 400 por cien y tiene alumnos en 50 países.

Por eso, Anxo Pérez sostiene que el hecho de que las utopías no se puedan conseguir, no quiere decir que no deban buscarse. “Hay dos ‘nuncas’ sagradas: nunca te rías de los sueños de nadie, y nunca permitas que nadie se ría de los tuyos”, añadió.

LA METODOLOGÍA

El método 8Belts está orientado, según este emprendedor, a la enseñanza del chino en ocho meses vía Internet, sin aulas, profesores, manuales de estudio, ejercicios ni exámenes. Con una dedicación diaria de 30 minutos, en dos semanas ya se puede mantener una conversación en este idioma. Como explicó Anxo Pérez, “la primera clave de la metodología es que si quieres aprender mucho, aprende menos pero mucho mejor”.

Este punto es aplicable a todo ya que, sea cual sea la iniciativa de que se trate, muy pocas piezas o elementos “concentran las claves del éxito”. En su método, prima la práctica sobre la teoría y la eficiencia, centrándose en lo más importante.

Es una metodología diferente para hacer frente a los errores de la enseñanza de idiomas porque “no puedes conseguir más que nadie haciendo lo mismo que todos. Si sigues el mismo camino, obtendrás el mismo resultado”.

Hoy, lo que para muchos es un proyecto de éxito, para él “es la historia de una pasión y de mucho, mucho esfuerzo”.

LA MINI-ESCALERA DEL ÉXITO

De su libro “Los 88 peldaños del éxito” resumió algunos, que denominó como “la mini-escalera del éxito”.

- **Las cuatro palabras más empoderadoras de la historia de la Humanidad son Yo-creo-en-ti.** Cuando le dices a otra persona que crees en ella, se le ilumina la cara, y es importante hacerlo, pero también creer en uno mismo.

Para este gallego emprendedor, si el éxito fuese un animal, sería un cisne, del que todos destacamos sus aspectos relucientes como la cabeza, el cuello y el plumaje pero, sin embargo, son sus patas –menos atractivas– las que hacen al cisne. Las equipara con el esfuerzo, que es clave para el éxito y que viene motivado por creer en uno mismo y en sus sueños o iniciativas.





- **El éxito es un cúmulo de 'Momentos Atrévete'.** En su libro destaca la importancia de este tipo de momentos y recomienda esta fórmula anti-miedo: "Atrévete porque si sale mal, durará un segundo; si sale bien, durará toda la vida".
Y un ejemplo vale más que mil palabras. En la trayectoria de 8Belts.com fue decisivo que Anxo Pérez coincidiese en un restaurante con César Alierta, Presidente de Telefónica, al que abordó y le habló de su método, lo que fue el desencadenante de que un macro-acuerdo con la operadora que se firmó tres meses después. "Esos 27 segundos de atrevimiento fueron muy importantes para nosotros", reconoció.
- **En la escalera del éxito, el primer escalón se llama crisis.** Cuando vemos a personas, empresas o países en un momento de esplendor, éste sigue casi siempre a un momento de crisis, que les hace reactivarse.
"Entre una situación en la que se está renqueante y una de crisis, en la que se sufre, casi todos elegiríamos la primera. Es la más peligrosa porque podemos estar en ella 50 años pero, al no tocar fondo, no nos reactivamos y no se producen desencadenantes que llevan al esplendor. Con la monotonía no se sufre, pero sin el riesgo no se crece", señaló.
- **La palabra CONCRECIÓN es la mayor responsable del éxito.** "En la reactividad no está el éxito, sino en la proactividad". Por eso, para alcanzarlo hay que saber concretar para 'dirigir el crecimiento' y, en cualquier iniciativa –aunque sea una reunión–, es importante llegar a conclusiones, establecer los pasos a seguir y las fechas.
- **Persigue la excelencia cuando ya eres excelente.** En épocas en la que está instalada la mediocridad, es cuando hay que perseguir la excelencia. Ahora, según este emprendedor, reina la cultura de la mediocridad, que "es malo para el cliente y genial para las empresas". Esto es porque permite la posibilidad de diferenciarse. "Con que hagas un poco más excelente tu trabajo, te diferencias de la gran mayoría", subrayó.
En su opinión, "si eres el primero y remas como el primero, podrás ganar o no, pero si eres el primero y remas como el último, ganarás seguro". Para Anxo Pérez, "siempre se puede mejorar. Mi mensaje es que hoy no competimos en 2015, esa batalla ya se ganó o perdió en 2013. Ahora estamos compitiendo para 2017, por lo que hay que ir por delante".
- **Identifica tus pozos de petróleo.** Todos tenemos algún talento que dejaría al resto del mundo boquiabierto. Por eso, hay que detectarlo y centrarse en lo que somos buenos, en las grandes virtudes dejando de lado 'océano de cosas' en lo que no destacamos o somos malos porque, no nos equivoquemos, "hemos nacido imperfectos y vamos a morir imperfectos", sostuvo.
- **Invierte en conocimiento.** Él, que una época todo lo que tenía estaba invertido en conocimiento, defiende que "aprender siempre vale la pena. No hace que tu vida sea más larga, pero sí más ancha".
- **Cuando alcances el éxito, no te lo quedes.** Por mucho éxito que tengamos, el mérito no nos corresponde todo a nosotros, hay gente que nos ha ayudado. Es por este motivo que "cuando lo consigues, no es momento que pensar en lo bien que lo he hecho, sino a quién debo agradecerse. Si la sociedad te da un éxito, una parte de él le corresponde a ella".
En este punto, habló de "el binomio de éxito". Es importante reconocer el mérito de uno mismo, pero también dar las gracias a todos los que nos han ayudado porque "esa humildad es clave para seguir ahí", concluyó.

BIENVENIDOS A NUESTRO GRUPO



Consultoría integrada por
35 profesionales altamente cualificados
en las **áreas funcionales de SAP**



SE INCORPORA A

TECHEDGE
PREMIUM GLOBAL PLAYER
ESPAÑA & LATAM

Con el **único objetivo** de
ofrecerle servicios más completos que
aporten **mayor valor a su negocio**



TECHEDGE
PREMIUM GLOBAL PLAYER
ESPAÑA & LATAM



roadmap
consulting
A Techedge Group Company

7 sesiones de SAP sobre soluciones y temas que preocupan a los clientes

La edición de 2015 también contó con especialistas de SAP que impartieron ponencias no sólo de las últimas soluciones de la compañía, sino también sobre asuntos importantes para los usuarios de SAP como, por ejemplo, el proyecto de simplificación de precios de la compañía y los procesos de licenciamiento y auditoría de software SAP. En total, siete sesiones que resumimos a continuación.

Las sesiones de producto estuvieron dedicadas a S/4HANA, la nueva plataforma ERP de SAP; SuccessFactors, la solución de gestión de Recursos Humanos en la nube; hybris y CRM, una ponencia enfocada en cómo extraer ventajas competitivas a través del e-commerce y cómo proporcionar la mejor experiencia al cliente, y las ventajas de Ariba Network, la red comercial de negocios de SAP.

El resto de sesiones trataron la simplificación de precios SAP, los procesos de auditoría y también los Programas de Influencia en SAP.

Todas las presentaciones están ya en el mini-site del Fórum, en el apartado Comunicación de la web de AUSAPE.

PONENCIAS SOBRE SOLUCIONES

“Excelencia en RR.HH. con SuccessFactors” fue el título elegido por Juan Armada, HCM Account Executive, y Óscar Martínez, HCM Presales Consultant, para hablar de la solución de SAP para gestionar los Recursos Humanos en la nube, en un momento en el que las empresas abordan su transformación digital y también existen una serie de factores que están impactando en esta área de la empresa. Entre ellos, destaca la convivencia de diversas generaciones en las plantillas (hasta cinco en 2020) y el impacto de la incorporación de los Millennials que crean una nueva dinámica en la fuerza laboral, así como que gran parte de los trabajadores serán temporales o subcontratados.

Este cambio hace que la gestión del talento figure entre las tres principales prioridades de la alta dirección. Las empresas necesitan disponer de una plantilla preparada para conseguir crecer y unos colaboradores comprometidos para aumentar la productividad y, para lograr alinear las estrategias de negocio con los resultados que se obtienen, tienen que disponer de procesos sencillos y de información sobre la que poder actuar y tomar decisiones.

SAP considera que la solución más útil para hacer frente a estos retos es SuccessFactors porque combina la simplificación de procesos con interfaces sencillas que garantizan una buena experiencia del usuario; cubre toda la funcionalidad y el ciclo de vida del empleado en la empresa, proporciona contenidos y mejores prácticas combinadas con analíticas predefinidas, para medir los resultados de forma simple. En definitiva, ofrece –según SAP– las aplicaciones de gestión del talento y administración de personal necesarias para

lograr eficiencias, cumplir con las normativas legales y ejecutar de forma adecuada la estrategia de RR.HH.

Iguacel Ordejón, experta en soluciones financieras, junto con Enric Roca, consultor de soluciones SCM, expusieron las principales ventajas que aporta S/4HANA fundamentalmente a dos departamentos de la empresa, financiero y logístico, con Simple Finance y Simple Logistics.

En su ponencia, destacaron tres innovaciones que introduce la suite: un modelo de datos simplificado, una nueva experiencia de usuario y la configuración guiada.

Para los departamentos financieros, Iguacel Ordejón explicó el impacto que tendrá S/4HANA en el proceso de cierre o en la gestión de cuentas bancarias, por ejemplo. Entre sus beneficios, derivados de un cambio en los procesos, destaca la eliminación de cuellos de botella al final de cada periodo, la reconciliación intercompany continua, disponibilidad continua del reporting, la automatización de rutinas o poder disponer de una visión global del estado de los procesos.

Como explicó Enric Roca, S/4HANA Simple Logistics introduce innovaciones clave en áreas como la planificación de los requerimientos de material o de las capacidades, gestión de stock, de órdenes y la facturación, de atrasos, además de aportar eficiencia en los procesos de aprovisionamiento y valoración de material.

La tercera ponencia técnica corrió a cargo de Javier Sevilla, Account Executive de la línea de negocio Customer Engagement and Commerce, que puso el acento en que el cliente de hoy, conectado digitalmente y mejor informado, quiere una experiencia de compra bajo un contexto consistente, relevante y en tiempo real, independientemente del canal que utilice para comunicarse. Cumplir con sus expectativas es clave porque si no se sienten lo suficientemente valorados y conectados a la marca, un 59 por ciento de ellos estará dispuesto a probar con otras.

De ahí que se hagan necesarias soluciones analíticas en tiempo real, pero con un contexto, para poder proporcionar una visión de 360 grados del cliente: qué han hecho en el pasado, qué pueden querer en el futuro y cuándo lo pueden necesitar.

Y para SAP la solución de comercio completo perfecto es hybris porque es omnicanal, pensada para poder ofrecer a los clientes una

experiencia coherente independientemente del canal por el que interactúe con la marca. Hybris puede incrementar un 85 por ciento los ratios de retención del cliente, un 11,4 por ciento el margen de beneficio por cliente y aumentar en más de un 15 por ciento el retorno de las inversiones en marketing.

Por su parte, Carlos Filipe Andrade, Senior Presales Specialist del SAP Business Network Group, centró su exposición titulada “Ninguna empresa es una isla” en la economía conectada.

Según el experto de SAP, la colaboración entre empresas sigue siendo ineficiente y estas ineficiencias cuestan en torno a 650 mil millones de dólares al año, de acuerdo con las estimaciones de la firma Basex Research.

Para simplificar las transacciones en la economía en red, SAP ha apostado por Ariba Network, la red comercial de negocios que conecta personas, empresas, procesos y sistemas SAP y no SAP, que a día de hoy cuenta con más de 1,6 millones de empresas y a la que cada minuto se une otra nueva. La red ya genera un volumen anual de comercio de 600 mil millones de dólares.

SESIONES DE INTERÉS

Francisco Jurado, License Compliance Manager de SAP, explicó los procesos estándar de auditoría (audit) de SAP y las nuevas iniciativas en esta área, además de repasar los términos más significativos del contrato de licencia de uso de software SAP relacionados con el área de Compliance y Audit, y los derechos de uso de la licencia de software estándar de SAP.

Los principales parámetros que mide un informe estándar de auditoría de licencias, que son solicitados a los clientes directos por SAP y a los indirectos a través de los VARs (Distribuidores de Valor Añadido) son los usuarios dados de alta en el sistema, motores de software medibles, motores de software activos, usuarios borrados, usuarios bloqueados (con fecha límite), usuarios de test, usuarios con clave de desarrollo concedida (SSCR Key), multilogones y chequeos de actividad.

Jurado hizo un recorrido de todos los pasos de la solicitud de auditoría y de los documentos que incluye.

Por su parte, Agustín Agudo, EMEA Region Pricing Expert, describió los cambios más importantes que ha introducido la multinacional en su catálogo de licenciamiento desde principios de 2014.

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

El representante de SAP 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.

De cómo influir en los productos de SAP nos habló Marco Dorn, Product Manager de Customer Engagement, que hizo hincapié en los beneficios que tiene para los clientes participar en los Programas de Influencia SAP. Entre ellos mencionó el acceso de forma anticipada a los planes de productos SAP, la posibilidad de cooperar durante todos los pasos del proceso evolutivo del producto y estar en contacto con otros clientes y Grupos de Usuarios SAP.

Son programas que también permiten a SAP recibir la opinión de los clientes sobre la realidad del mercado y las prioridades, procesos y necesidades de sus usuarios.

Según Dorn, los programas son un éxito. Por ejemplo, en el primer trimestre de 2015 había ya más de 600 clientes inscritos dentro de Customer Engagement Initiative, con más de 100 proyectos disponibles. En el caso de los Early Adopter Programs, se suscribieron 589 clientes en 2014 que trabajan en más de 80 programas. Y, finalmente, a lo largo del año pasado, desde Customer Connection se abordaron 30 Focus Topics (temas), participaron 500 clientes y se descargaron 92.000 notas SAP.



Juan Armada y Óscar Martínez



Iguacel Ordejón y Enric Roca



Javier Sevilla



Carlos Filipe Andrade



Agustín Agudo



Francisco Jurado



Marco Dorn



Mesa redonda “Supervivientes de los SAP Quality Awards”

Tres empresas nos cuentan sus proyectos ganadores y su experiencia a la hora de presentarse

Con el título “Supervivientes de los SAP Quality Awards”, el Fórum albergó una mesa redonda, que reunió a tres empresas españolas que han ganado estos premios con la idea de desgranar cómo es el proceso de presentación de la candidatura y conocer cuáles son sus dificultades.

Valentín Santana, Delegado de AUSAPE en Canarias y Responsable del Departamentos de Compras, Infraestructura y Mantenimiento de Mutua de Canarias (MAC) fue el encargado de moderar esta mesa redonda, en la que participaron para contar su experiencia Félix Frontán, Director de eCenter y Sistemas de Red de Cepsa; Joan Serrat, Responsable de Procesos Comerciales del Departamento de Organización y Sistemas, y Ángeles Mariscal Masot, Gerente de Proyectos TI, de Ferrovial.

Cepsa abordó una iniciativa para mejorar la gestión de viajes con SAP Cloud for Travel and Expenses, que se enmarcaba dentro “de nuestro proceso de transformación, que gira en torno a la expansión internacional y a un crecimiento por inversión, y que implica una transformación interna de unificación de procesos y estructura”, explicó Félix Frontán.

Con IBM y Accenture como partners, la compañía cubre con la solución de SAP todo el proceso de viajes, desde la solicitud de autorización y gestión de autoreserva hasta la facturación electrónica e ingreso en nómina. “Fuimos bastante osados porque no sólo estábamos probando una nueva herramienta completa, sino que también nos atrevimos a integrarla con operadores de viajes. En este caso, era Amadeus, que también nos estaba acompañando en este viaje”, subrayó.

La implantación se realizó entre diciembre y enero de 2013, comenzando con una sociedad piloto y luego se extendió a las 17 empresas españolas del Grupo Cepsa.

“Un caso de negocio bien definido con una declaración de ahorro supuesta que hemos cumplido y un ROI evidente. Al final, una vez implantado tuvimos la agradable noticia de que nos habían elegido para los SAP Quality Awards con lo que fue la guinda. Además, ganar el premio ha significado una auténtica fiesta”, resumió.

Grupo Damm implantó una solución móvil para su fuerza de ventas. Como indicó Joan Serrat, “no era un proyecto de ahorro de costes sino que buscaba eficiencia y conocimiento”. Eficiencia porque era muy importante que su fuerza de ventas dispusiese de herramientas ágiles que les permitiese tomar decisiones en tiempo real e incrementar la eficacia de las visitas, y conocimiento porque era relevante conocer qué está pasando en el punto de venta.

Había dos retos. Por un lado, la usabilidad, porque si no daban al usuario una herramienta que realmente utilizase, entonces el proyecto sería un fracaso y, por otro lado, tenía que permitir trabajar online y offline. “Ambos los solucionamos con SAP CRM en un entorno SUP de movilidad, que nos permite trabajar tanto online como offline y con unas tabletas que funcionan con Windows 8, y

que se han convertido en el único hardware que tiene ahora la fuerza comercial”, prosiguió.

“En nuestra compañía todos los premios los gana el departamento de marketing, así que el hecho de que en sistemas (bromea diciendo que somos el patito feo y tenemos poco glamour) ganásemos un premio, ha supuesto una enorme satisfacción”, reconoció.

Ángeles Mariscal, Gerente de Proyectos IT de Ferrovial, explicó el despliegue del Proyecto Phoenix, que “es tecnológico pero ha sido estratégico”. El objetivo principal era exportar el modelo de obra de Ferrovial de una manera global, implementando procesos homogéneos en todos los sitios pero que, a la vez, el sistema fuese capaz de incorporar los requerimientos que todos los nuevos países fuesen demandando.

“Orientamos el proyecto desde el principio a la innovación, tanto desde el punto de vista técnico como de negocio”, aclaró. En este ámbito, destaca que ahora son mucho más rápidos porque se ha reducido el tiempo de disponibilidad del sistema a dos días cuando antes se tardaban semanas en desplegarlo y estar operativo. Además, la compañía ha conseguido que los perfiles más técnicos de las obras accedan al sistema, con lo cual no se pierde información valiosa que antes estaba en local en el ordenador de los jefes de obra.

“Nuestro partner de obra ha sido IBM que ha hecho un trabajo muy bueno”, señaló.

Ferrovial ya ha ganado dos veces el reconocimiento de SAP y, a la pregunta del Valentín Santana sobre si se va a presentar de nuevo este año, Ángeles Mariscal respondió que “hacemos muchos proyectos todos los años, y estamos trabajando en algunos muy interesantes, especialmente en el área de Ferrovial Servicios, así que probablemente nos presentemos nuevamente”.

La Gerente de Proyectos TI animó a los asistentes a que se presenten a los premios. “Cuando acabas un proyecto estás cansado y lo último que piensas es hacer alguna cosa más relacionada con él. Yo os diría si alguna vez os lo habéis planteado y lo habéis desechado, que os presentéis porque es una experiencia muy positiva. Se gane o no, es una experiencia que enriquece a todos”.

Sin duda, la experiencia de estos tres ganadores ha sido satisfactoria, si bien exige un esfuerzo para preparar la documentación que se requiere y se necesita mucha coordinación entre los clientes y los partners, además del tiempo dedicado a la presentación del proyecto al panel de jueces, compuesto por personal de SAP y por profesionales independientes. No obstante, como explica Joan Serrat, “en todas las calls tanto el equipo de Damm como nuestros partners fuimos muy puntuales, lo cual demuestra que había muchas ganas de hacerlo bien por parte de todos”.

En el caso de resultar ganadores en la categoría Gold, las iniciativas pasan a competir a nivel internacional, lo que implica que la defensa del proyecto es inglés y este punto añade complejidad.



João Paulo da Silva, también en el Fórum AUSAPE

Justo antes de la mesa redonda, el Director General de SAP España intervino en el Fórum. En su exposición sostuvo que “ninguna empresa va a tener éxito sin el componente digital”. De hecho, según Gartner, CEOs y CIOs asumen que las empresas, independientemente de su sector, van a ser reescritas digitalmente o, como dice el directivo, “todas se van a ver impactadas por la digitalización”.

Y en la transformación digital “el software va a jugar un papel fundamental a la hora de permitir a las empresas diferenciarse y buscar nuevas oportunidades de ingresos, porque las que tenemos hoy van a desaparecer”, añadió.

Para tener éxito en esta época de transformación digital es clave poder capturar información de multitud de fuentes para poder analizarla y contextualizarla, de forma que las organizaciones puedan predecir comportamientos, tomar decisiones y hacer sugerencias a sus clientes. “Queremos que las empresas sean más inteligentes y, para ello, necesitamos información en tiempo real y también simplificar”, explicó.

Mencionó muchos ejemplos de clientes de la compañía, entre ellos eBay, que gestiona una plataforma de 50 petabytes en tiempo real para predecir los comportamientos de compra de los clientes, o el Puerto de Hamburgo, que sólo puede albergar 9 millones de contenedores, pero tiene un plan que le permitirá duplicar en 2030 esta capacidad mediante la sensorización de camiones, contenedores, etc., y la correcta gestión de los procesos a partir de los datos. No sólo eso, sino que ahora también tiene acceso a datos que vende a todos los operadores logísticos abriendo así una nueva vía de negocio.

El directivo subrayó que “nosotros creemos que tenemos la oferta y la capacidad para permitir que nuestros clientes hagan este tipo de cosas”. Y destacó la relevancia de la plataforma S/4HANA, completamente reescrita para SAP HANA, y de SAP HANA Cloud Platform en modo on-premise o cloud, que permite a las empresas capturar la información independientemente de la fuente de la que provenga.

“Si no tenemos la capacidad de enganchar el corazón del negocio con la innovación, tendremos algún problema”, concluyó.



Mesa redonda sobre cambios fiscales

El sistema de Suministro Inmediato de Información, próximo reto de los departamentos financieros

Moderada por Sara Antuñano, Coordinadora del Grupo Financiero Sector Privado de AUSAPE y Responsable de Proyectos económico financieros en Eroski, tuvo lugar una mesa redonda dedicada a un importante cambio fiscal que entrará en vigor el 1 de enero de 2017 y que, sin duda, supondrá un reto para las empresas y los equipos que conforman sus departamentos financieros: el nuevo sistema de Suministro Inmediato de Información (SII).

Esta mesa redonda sirvió para poner en el punto de mira un nuevo reto para las empresas. El 1 de enero de 2017 entrará en vigor el nuevo sistema de Suministro Inmediato de Información (SII), que será obligatorio para un colectivo de unos 62.000 contribuyentes, formado por grandes empresas, grupos societarios a efectos de IVA e inscritos en el régimen de devolución mensual del impuesto ('Redeme').

La normativa implica que los contribuyentes deberán enviar a la Agencia Tributaria el detalle de las facturas emitidas y recibidas en un máximo de cuatro días hábiles; tendrán diez días más de plazo para sus autoliquidaciones y no presentarán los modelos 340 (libros registro), 347 (operaciones con terceros) y 390 (resumen anual). Con la información recibida y la que conste en la base de datos, la AEAT elaborará los datos fiscales del contribuyente a efectos del IVA, facilitando la declaración del impuesto y, además, podrá llevar a cabo las actuaciones de comprobación de forma más ágil y efectiva gracias al conocimiento prácticamente en tiempo real de las transacciones comerciales de las empresas.

En la mesa redonda participaron Carlos Marcos Martín, Subdirector Adjunto de Declaraciones Fiscales e Informativas del Departamento de Informática Tributaria de la Agencia Estatal de Administración Tributaria; Rufino de la Rosa, Director del Departamento de Gestión Tributaria; Ana Torres, Jefe TI Económico-Administrativo, Fiscal y Financiero de Repsol y Victoria Golobart, Product Manager de localización del área financiera de SAP y representante de SAP en AUSAPE.

En general, los cambios fiscales suponen un esfuerzo adicional para los departamentos afectados (en este caso, los financieros), que tienen que tener listos sus procesos y los sistemas adaptados cuando éstos entran en vigor. En este sentido, la directiva de Repsol señaló que "todas las empresas tenemos muchos proyectos que persiguen mejorar los procesos o que éstos sean más innovadores, pero al final nos encontramos con los requerimientos fiscales que, en muchas ocasiones, nos hacen dejar esos procesos de mejora para acometer otros que son obligatorios. Muchas veces, además, apenas sin tiempo para implementarlos".



También suponen un reto para los proveedores de soluciones informáticas porque tienen que adaptar sus sistemas a las nuevas normativas, de forma que las compañías puedan cumplir con los requerimientos a tiempo. En este sentido, Victoria Golobart explicó que “la principal dificultad radica en disponer de la información y saber qué es lo que se está pidiendo para lo que estamos en contacto con la Agencia Tributaria para ver qué es lo que se va a hacer. Además, hay que desarrollarlo y llegar a tiempo, por lo que es un proceso complejo en el que apenas hay tiempo de reacción”.

Sin duda, el nuevo sistema de Suministro Inmediato de Información (SII) trae consigo un duro trabajo por delante. Como subrayó Rufino de la Rosa, esta nueva obligación “supone un salto importante y trasladar el modelo que tenemos en el IRPF al ámbito del IVA”.

En el caso del IRPF, la Agencia Tributaria realiza la declaración en el 50 por ciento de los casos, y el objetivo, según el representante de la AEAT, es llegar a poder hacer el borrador del IVA en el medio plazo. “Ahora tenemos un sistema de gestión en el impuesto que está pensado en el mundo del papel que sólo nos sirve para el control. Sin embargo, en la actualidad estamos en otro momento tecnológico y es posible saber la facturación y la información del IVA de forma inmediata. Por eso, cambiamos a un nuevo modelo de sistema de información y simplificamos las opciones informativas”, prosiguió.

La Agencia lleva trabajando aproximadamente un año en el nuevo sistema. “En un proyecto de estas características, en las que hemos trabajado con SAP y con otras empresas y también con los asesores, es fundamental trabajar con tiempo”, afirmó el Director del Departamento de Gestión Tributaria. Incluso la puesta en marcha del SII conllevará que la propia Agencia tenga que hacer una serie de cambios en su infraestructura tecnológica.

En opinión de Carlos Marcos Martín, “esto va a suponer un tsunami. Hemos hablado con todos los interlocutores del sector para evaluar la viabilidad de esta iniciativa y hemos visto que es viable”.

En definitiva, se trata de un suministro masivo de la información, en el que “lo que queremos es información inmediata de cada una de las facturas”, añade. La inmediatez queda fijada en cuatro días que cuentan desde que se produce el acto comercial.

La ventaja de este sistema es que la información se le suministra a la Agencia Tributaria y el propio Organismo devuelve un mensaje de validez de la factura. De lo que se habla, según Carlos Marcos, “no es de enviar facturas, sino información esencial de la factura, con datos del emisor y receptor de la factura, el periodo, el número de factura, el importe e información sobre si es deducible”.

COLABORACIÓN DE TODOS LOS IMPLICADOS

Rufino de la Rosa aseguró que el objetivo es que el SSI sea un instrumento de cambio para la Agencia y las empresas desde

el primer momento, lo que nos pedían las empresas desarrolladoras de software era contar con un plazo de tiempo asumible para desarrollar el nuevo modelo. Además, querían visualizar el desarrollo del proceso porque supone un cambio sustancial con respecto a lo que se venía haciendo. Por eso, hemos trabajado con mucha anticipación y tenemos cerrado prácticamente un borrador”.

Es el caso de SAP. Victoria Golobart aseguró durante el encuentro sentirse “muy contenta con el trabajo. Llevamos tiempo trabajando sobre borradores y es una colaboración muy estrecha, en la que contamos también con nuestros clientes. Es importante poder avanzar y hacer un pilotaje, y hacerlo conjuntamente con la Agencia Tributaria. El volumen de datos con el que van a tener que trabajar es muy importante, sobre todo en el caso de las facturas simplificadas”.

Una de las empresas que ya está trabajando de forma conjunta con la Agencia Tributaria y con SAP es Repsol. “Nos enfrentamos a un nuevo proceso que es muy importante. No se trata de un modelo sencillo”, subraya Ana Torres.

Repsol tiene muchas áreas de negocio y muchos sistemas y no todos son SAP. Por tanto, la compañía tiene que inventariarlos con el fin de ver si realmente dispone de toda la información que se le está pidiendo. “Esto nos supone una ventaja que es que tenemos que revisar todos nuestros procesos, aunque nos estamos dando cuenta de que vamos a tener un mayor número de cargos formales”, explica.

La colaboración Agencia Tributaria-Repsol ha sido satisfactoria. No obstante, Ana Torres advirtió de que no será sencillo. “Por ejemplo, para cumplir ese plazo de cuatro días que a priori pudiera parecer que es suficiente, vemos que podemos tener ciertos problemas. Nosotros tenemos terceros que emiten en nuestro nombre y tardan más de cuatro días en dar esa información”.

PRUEBA PILOTO

En 2016 se pondrán en marcha una prueba piloto con algunas empresas para subsanar errores y comprobar la buena marcha para que, de esta forma, en 2017 las grandes empresas puedan ya funcionar sobre el nuevo modelo y también aquellas pymes interesadas en sumarse al proyecto.

En la Agencia Tributaria son optimistas respecto al cambio. “La factura electrónica ya está instaurada en buena parte de las empresas independientemente de su tamaño y la Agencia Tributaria no podía estar al margen de ese modelo de gestión. Necesitábamos incorporarlo al proceso de gestión del IVA y obtener los datos de la manera más rápida posible”, concluyó Rufino de la Rosa.

Sesiones paralelas:

Los clientes, junto a sus partners, hablan de sus experiencias con las soluciones de SAP

Los casos de uso de las soluciones de SAP contados conjuntamente por los clientes y sus partners volvieron a ser protagonistas de la cita tecnológica de AUSAPE. En total, se expusieron 20 historias de éxito en implantaciones, cuatro más que el año pasado. Casi todas las presentaciones están ya disponibles en el minisite del Fórum, en el apartado Comunicación de la web.



Grupo Miquel ha implementado la funcionalidad de envío de factura electrónica para cumplir con la obligación legal española de presentación de facturas a la Administración, que entró en vigor el 15 enero de 2015. Este proyecto, con Atos como partner, le ha permitido reducir los costes de emisión y envío de facturas, pero también mejorar la gestión óptima del almacenamiento y un mayor control en el cobro de las facturas.

Este proyecto supone un paso previo al uso de la firma digital para otros tipos de documentos. Además, supuso una baja inversión por disponer ya de sistemas de intercambio electrónico instalados y en funcionamiento.



Adolfo Domínguez implantó SAP Retail con FashionWorks como complemento, con la visión por procesos como elemento vertebrador de las diferentes funciones del negocio. El proyecto, que contó con el apoyo de Birchman, abarcó desde el punto de vista funcional los módulos económico-financieros, de control de gestión, compras, ventas, logística, distribución y gestión de inventarios, reporting, integración con el resto de sistemas.

Grupo Damm confió en SuccessFactors y Birchman como partner para mejorar la gestión de sus Recursos Humanos. La primera fase de la iniciativa se centró en los procesos vinculados a la gestión del talento; la segunda en los ligados a la formación, junto con ajustes de las funcionalidades arrancadas en la primera etapa, y la tercera se enfocó en el reporting tras consolidar los procesos y la información disponible.



De la mano de DTM, ADVEO ha llevado a cabo un proyecto con SuccessFactors, la solución de gestión del talento en la nube de SAP. Con ella, la firma cubre sus necesidades de Recursos Humanos y todo el ciclo de vida de un empleado en la empresa. Una iniciativa con la que medir mejor la gestión del desempeño y alinear mejor las estrategias de negocio con el trabajo de los empleados.



La gestión de la información relativa a los proyectos de obras de Isolux es clave y de ahí la relevancia de disponer de una herramienta que permita actualizarla desde diferentes ubicaciones y dispositivos, y por diferentes tipos de usuarios. Debe ser una herramienta fácil de usar, que se adapte a los diferentes tamaños de pantalla, ejecutable en diferentes plataformas, con buenos tiempos de respuesta y una apariencia basada en la imagen corporativa.

Para satisfacer estas expectativas, EY propuso a la empresa utilizar una aplicación basada en SAP Fiori que cubriese todas las necesidades funcionales y, además, diese a la solución un toque moderno a la interfaz gráfica.



Agencia EFE contaba con plataforma SAP repartida entre CPD interno y hosting de un proveedor. Ahora ha optado por el servicio gestionado SAP en pago por uso en la nube privada (Cloud-4SAP) de Fujitsu.



La agencia de noticias perseguía una reducción de costes, un sistema de pago por uso mensual y convertir el CAPEX en OPEX, la simplificación del modelo de prestación de servicios con un único proveedor, la alineación del servicio con nuevos estándares de mercado, un aumento de la seguridad y disponibilidad y una protección de la inversión frente a cambios tecnológicos, entre otros objetivos.



Las aplicaciones SAP y la tecnología SAP HANA son servicios con un alto valor añadido que, hasta ahora, no muchos proveedores de servicio eran capaces de ofrecer desde un entorno Cloud Computing. Espacio Rack ofrece estos servicios en entorno cloud, apoyados en equipamiento HUAWEI, por lo que los hace accesibles a empresas más pequeñas o que no disponen de departamentos de tecnología bajo un modelo de pago por uso.



El Ajuntament de Barcelona, junto con Ibermática, compartió la experiencia de la transformación de todo el proceso de elaboración del presupuesto mediante la implantación de una solución específica basada en SAP BPC y adaptada de la Presupuestación por prioridades y resultados.

Esta iniciativa le ha permitido desarrollar propuestas de gasto basadas en cambios operativos, y argumentadas en términos estratégicos (paquetes de decisión), que se acompañan además de planes de desempeño (memorias de programa). También puede calcular desde el inicio la estimación de necesidades de gasto para mantener el nivel actual de servicios públicos y hacer frente a compromisos futuros.



Forces Elèctriques d'Andorra (FEDA) ha implantado conjuntamente con i3S un sistema de gestión de Riesgos Laborales. El núcleo del sistema es la solución SAP EHS con los módulos de IHS (Prevención Técnica) y EHS WA, de Gestión de Residuos.

De esta forma, se ha dotado a la función de Seguridad y Medio Ambiente de una única herramienta de gestión y explota-

ción de información que homogeneiza las formas de actuar y la gestión del sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo y Medio Ambiente.

El sistema se integra con otras fuentes de información y procesos operativos, y facilita información sobre la eficiencia en la gestión operativa diaria.



La Zaragozaana, una de las empresas aragonesas más innovadoras en su sector, explicó cómo, mediante Movilizer, ha conseguido movilizar dos procesos de negocio totalmente distintos: Mantenimiento (Modulo PM/CS) y Reasignación de cargas (Desarrollo a medida integrado en SAP-DSD).

El proyecto se llevó a cabo en menos de un mes usando sus propios recursos internos de TI.



AGBAR presentó su iniciativa estratégica para la gestión de albaranes con OpenText Business Center for SAP Solutions. Con ella, la compañía se ha beneficiado de la agilidad que supone la automatización del proceso y dispone de una total integración con SAP, ya que permite acceder a todos los objetos y datos transaccionales SAP para validar y completar datos.



HEFAME llevó a cabo un proyecto de migración de BI sobre SAP HANA para hacer frente al riesgo de su anterior sistema de quedarse obsoleto por exceso de datos. Con SAPIMSA como partner, ha logrado, entre otras ventajas, reducir un 83 por ciento el tamaño de su base de datos, y el tiempo de obtención de los informes en un 80-90 por ciento.



Berlys ha llevado a cabo con éxito el proyecto de migración a SAP Business Suite impulsada por SAP HANA con Seidor como partner.

La solución le permite gestionar el negocio en tiempo real, implementar nuevos procesos de negocio antes inabordables, mejorar procesos clave ya existentes y adicionalmente simplificar la complejidad de su instalación en cuanto a número de sistemas y redundancia de datos.

También con Seidor, Iberconseil ha digitalizado el proceso de los aprovisionamientos sumando al clásico MRP de SAP la potencia que aportan el análisis y la predicción estadística de los históricos de venta con Predictive Analysis 2.0.

Pascual ha incorporado SuccessFactors como sistema de gestión de los Recursos Humanos, con el objetivo de mejorar los procesos en esta área, simplificarlos, hacerlos más amigables y, sobre todo, integrarlos en la gestión diaria de los líderes de la organización y también de todas las personas.

Por su parte, Heineken ha optado por SAP Business One para homogeneizar la gestión de su canal de distribución y establecer comunicaciones en tiempo real con la matriz, consiguiendo ganar eficiencia en la organización e implicando a proveedores y distribuidores.



FAES FARMA migró sus sistemas SAP a una infraestructura de hosting en data center para mejorar la disponibilidad, estabilidad y rendimiento de su plataforma, lo que le ha permitido dedicar los recursos de TI interno a la mejora de los procesos de negocio. Su opción fue Semantic Systems.



Iberdrola Ingeniería y Construcción quería mejorar el rendimiento de la plataforma SAP BW/BPC para conseguir un funcionamiento óptimo de las aplicaciones de gestión de grandes proyectos, así

como mejorar el rendimiento del resto de las aplicaciones del negocio de Ingeniería. Todo ello, en el menor plazo posible.

Para ello, en colaboración con Stratesys, llevó a cabo una migración de su base de datos a SAP HANA Cloud, con la finalidad de agilizar los procesos aprovechando la tecnología in-memory; reducir el tamaño de la base de datos gracias a su estructura columnar, y generar 'impacto cero' en los negocios que hacen uso de las plataformas



Helvetia Seguros ha llevado a cabo con Techedge un proyecto de migración a SAP BW sobre SAP HANA. La iniciativa no sólo ha mejorado los tiempos de respuesta, sino que ha transformado el negocio y la cultura de una organización, impulsando nuevos retos analíticos y una mejora constante en la toma de decisiones.

Esta transformación no sólo ha contemplado el paso a SAP, sino también la actualización de versión de BW y el cambio a Unicode. Todo ello en un sólo paso, reduciendo costes de pruebas y la duración del proyecto.



La prestación de servicios a terceros o la organización de turnos de personal requieren de un sistema simple, ágil y flexible que garantice la unicidad y calidad del dato, de modo que la planificación de los mismos sea coherente y tenga un fiel reflejo en la información que la compañía tiene en su sistema de gestión.

Grupo Imán ha confiado su proyecto de transformación tecnológica y de procesos a Tecocom, que ha asegurado a través de la implantación de SAP MRS los flujos de negocio más críticos de la compañía: identificación de las demandas de servicio, planificación de las personas y recursos materiales más adecuados para cubrirlos, y el seguimiento de la ejecución de los servicios.





“En la digitalización está el comienzo de un nuevo mundo, donde la potencialidad de la tecnología es enorme”

“Smart Retail, a la vanguardia de la transformación digital” fue el título de la sesión magistral que clausuró la XI edición del Fórum. La ponencia, patrocinada por Samsung, fue impartida por Luis Martín, CEO del Grupo Barrabés.biz, que es partner de la multinacional surcoreana en este ámbito.

La transformación digital supone la mayor oleada de cambio experimentada por el ser humano desde la segunda Revolución Industrial, pero con una salvedad importante: el potencial transformador que se vislumbra es mucho mayor.

Así lo sostiene este experimentado asesor que con apenas 16 años creó su primera empresa y, ya en la Universidad, creó con amigos su segunda empresa, para luego desarrollar su carrera en empresas como IBM o Microsoft hasta llegar a su actual destino donde siente que tiene mucho impacto en el mundo que le rodea.

Pese a que en las últimas décadas se han experimentado grandes cambios en nuestras vidas y en la forma de operar de las

compañías, nos encontramos en las primeras etapas de una tercera Revolución Industrial que cambiará nuestra realidad de forma aún más radical. Es un movimiento irreversible que tiene un claro impacto en las empresas. “El problema que tienen las grandes organizaciones es que el mundo se está digitalizando y eso está poniendo todo ‘patas arriba’. Las cosas no van a ser iguales, incluso la salida de la recesión no es igual a ninguna de las recesiones anteriores”.

Según el ponente, ése es el motivo por el que ahora nos está costando más salir de la crisis económica. “El mundo que emerge es totalmente distinto. Por ejemplo, hay empleos que ya no existen

y puestos de trabajo totalmente nuevos que están relacionados con el mundo del software. Y todo ello lo está produciendo la digitalización. La digitalización es el problema, no la globalización”, prosiguió.

La digitalización es un proceso totalmente disruptivo, que crea nuevos modelos de industria, colaboración, conocimiento, aprendizaje, relación con el cliente, ciudadanía... incluso de dinero... Afecta a todos los ámbitos de actividad aunque la velocidad de reacción difiere mucho en los diferentes verticales.

Uno de los problemas es que cuando la digitalización avanza, la empresa tiende a competir de la forma tradicional, que suele centrarse en su vertical. En este punto, ejemplificó con un hotel que, antes, habilitaba una web porque la competencia también lo hacía. Sin embargo, “cuando se digitaliza, es atacable desde los lados”, y se amplía el ecosistema de relaciones y competencia. En el caso de un hotel, no tendría a Booking.com como intermediario; una operadora no tendría que competir con las llamadas de WhatsApp ni los bancos lo harían con PayPal. En definitiva, “a la empresa no le queda más remedio que digitalizarse, pero la digitalización es el principio de un nuevo entorno, que unos lo verán como una pesadilla y otros como un mar de oportunidades”.

Las organizaciones tienen que ser conscientes de estos cambios porque son absorbidos rápidamente por la sociedad y son clave para su éxito. “En la digitalización está el comienzo de un nuevo mundo, donde la potencialidad de la tecnología es enorme, y ni los negocios ni los entornos sociales ni las iniciativas políticas van a la misma velocidad que ella”.

LA IMPORTANCIA DE LA MARCA

En este nuevo panorama marcado por la digitalización, la marca es un factor muy importante. Se impone un nuevo escenario caracterizado por la concentración de marcas y surge la pregunta de si puede sobrevivir una marca pequeña y la respuesta es sí, pero siempre y cuando sea fuerte. “Antes la experiencia era un grado, pero ahora nos enfrentamos al cambio de modelo”. La clave, desde su punto de vista, es que “la empresa, con productos digitalizados y clientes digitalizados, necesita entender la nueva forma de relación entre la marca y sus clientes. Ése es el gran

reto, teniendo en cuenta que además las reglas pueden cambiar a mitad del partido, porque no somos capaces de anticipar lo que puede ocurrir”.

Además, hay una serie de tendencias que se están imponiendo. Se difuminan las líneas entre lo digital y lo físico, “no sabemos dónde empieza y dónde acaba”, dice, y tendemos a ir hacia el concepto de economía circular, que pretende generar un crecimiento inteligente, sostenible e integrador, frente al enfoque tradicional. Diseño y automatización son también apartados a tener en cuenta para poder competir.

Bajo esta serie de premisas, se configura esta tercera revolución industrial con tres tecnologías principales: nanotecnología, genética y robótica, con un concepto que va más allá de la movilidad. Estaríamos hablando de la ubicuidad. La impresión 3D, IoT y Big Data también tienen mucho que decir en este nuevo contexto.

SMART RETAIL

Y todos estos cambios se producen también en Retail, sector que se encamina hacia el Smart Retail, donde es clave la combinación entre marca, tecnología y experiencia de usuario con más capacidad de interacción. “Empezar a poner pantallas digitales por ponerlas, no nos va a llevar a ningún sitio. Es más, se pueden montar procesos y entornos ajenos al mundo digital y mañana os obligarán a triplicar los esfuerzos de mantenimiento de esos entornos”, señaló.

En el mundo digital, la realidad es que los clientes o futuros clientes, no saben tomar una decisión si no es intermediada en entornos sociales y a través de un dispositivo, por lo que proporcionar una buena experiencia de usuarios (omnicanal) y una excelente experiencia de marca cobran mayor relevancia.

El gran reto de las compañías de este sector es entender de todas las tecnologías y de todos los datos, cuáles son las interacciones con el cliente que, de forma inferida, les van a dar el éxito.

Y hay una dificultad, la de innovar al ritmo que lo hace la tecnología. “Es necesario empezar a innovar entre varios, pasando de la investigación y el desarrollo individual a la co-innovación como única vía de supervivencia.



Conclusiones de los 296 formularios entregados a la organización

Los asistentes ponen nota al evento con las encuestas de satisfacción

Con los datos consolidados por la organización y los procedentes de los casi 300 formularios que ha recibido la organización al finalizar la XI edición del Fórum, ha llegado el momento de extraer conclusiones. El análisis llega de la mano de Mónica García Ingelmo, Vicepresidenta de la Asociación y también su responsable de Eventos. Sirven para valorar y poner nota al evento, pero que también ayudan a mejorar las futuras convocatorias.



No hay ninguna duda. El Fórum que año tras año organiza AUSAPE, crece. Los datos finales fijan la asistencia en 624 profesionales SAP que no se perdieron la cita, lo que representa un crecimiento nada desdeñable del 20 por ciento y confirma el evento como el mayor punto de encuentro independiente dentro del ecosistema SAP.

Se ha evidenciado una vez más el gran nivel de compromiso de los Asociados con el evento. Lo muestra el ratio de fidelidad inscripción/asistencia, que se ha situado en el 94 por ciento. Así, sobre los 660 inscritos, finalmente han asistido 624 profesionales.

Respecto a las empresas representadas, se inscribieron 236 compañías frente a las 211 en 2014 y, de ellas, 51 eran Asociados Especiales. Tras cruzar los datos, la asistencia cliente-partner queda en 3,6 empresas-cliente por cada empresa partner y 2 asistentes cliente por cada asistente partner.

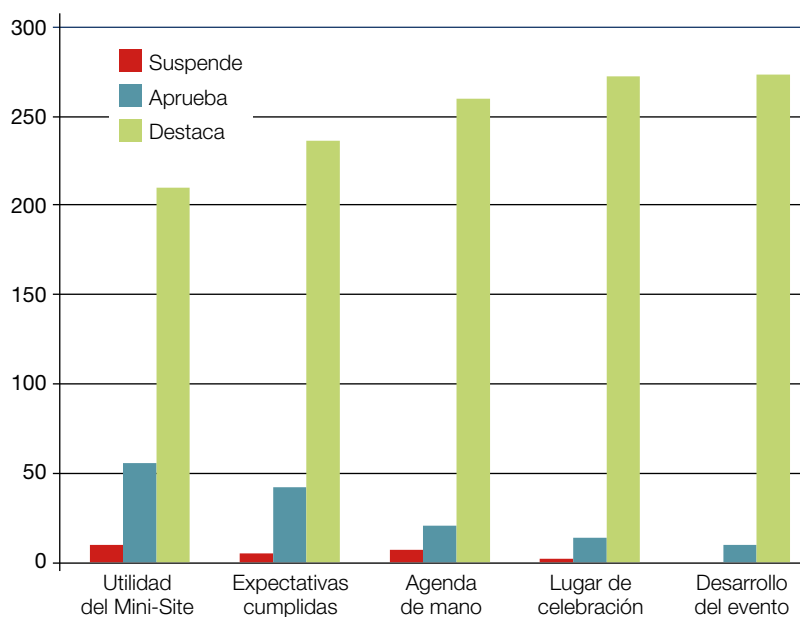
La undécima edición ha contado, como la pasada, con un amplio respaldo y apoyo por parte de nuestros Asociados Especiales, ya que han patrocinado el evento un total de 44 partners.

Tras los primeros análisis económicos, a falta de contabilizar los últimos ingresos y gastos de contabilizar, el Fórum se ha desarrollado dentro del presupuesto asignado a pesar de haber ampliado la subvención destinada a abaratar los precios para los asistentes de empresas asociadas de Pleno derecho y clientes SAP no asociados, y tras haber realizado ampliaciones del presupuesto de gasto para cubrir el exceso de inscripción sobre los objetivos previstos.

Estas cifras son nuevamente históricas, tanto de inscripción, como de asistencia e incluso en el número de formularios de valoración entregados. Y no era fácil igual ni superar los logros alcanzados en 2014, si bien la celebración en el Palacio de Congresos de Zaragoza por segundo año consecutivo, por sus instalaciones, la calidad del servicio facilidad de acceso desde ciudades como Barcelona, Bilbao, Madrid y Valencia, nos aportaba un alto nivel de confianza.

En cuanto a visitantes, queremos destacar el efecto llamada de Zaragoza. Si bien Madrid y Cataluña continúan aportando más

VALORACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN



del 70 por ciento, el resto de regiones han aumentado su participación, lo que refuerza y amplía la base y capilaridad del evento y de la propia Asociación.

VALORACIÓN DE LOS ASISTENTES

La organización ha recibido 296 formularios de valoración, 246 de ellos comentarios escritos de puño y letra, lo que demuestra las ganas de participar y colaborar en la mejora continua del evento. Los participantes tuvieron que evaluar los aspectos organizativos así como el nivel de las ponencias.

En lo que se refiere a la organización, como se observa en el gráfico, las valoraciones conceden a la organización y logística del evento las puntuaciones más altas superando el 90 por ciento de sobresalientes. La puntuación más baja corresponde al minisite, con un 3,99 sobre 5, cifra elevada para ser la peor nota.

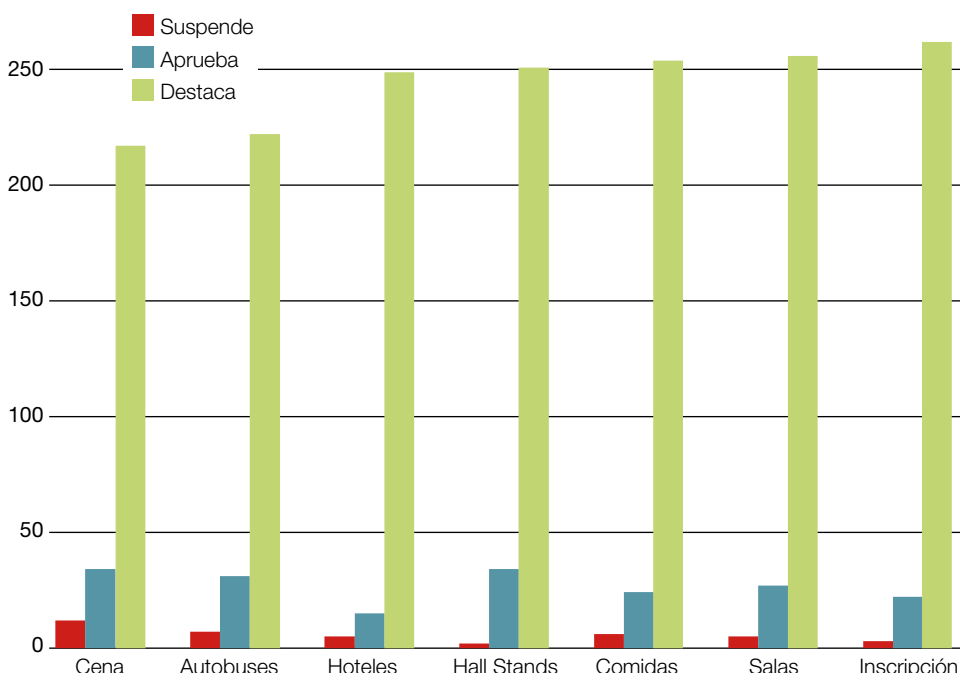
En este apartado, destacan algunos comentarios de felicitación recibidos en cuanto a la organización y logística del evento, las instalaciones de palacio de Congresos de Zaragoza, y la calidad de la comida y del catering. Asimismo, hemos vuelto a recibir felicitaciones haciendo referencia explícita a la profesionalidad de los proveedores que han participado en el evento (azafatas, personal de servicio, Palacio de Congresos, etc).

Nuevamente el 99,4 por ciento de los asistentes asegura que volverá a asistir y/o a recomendar la asistencia al Fórum AUSAPE 2016.

Por lo que respecta a los contenidos de la agenda, tuvieron que poner nota a 2 sesiones magistrales, 7 sesiones de expertos SAP, 2 mesas redondas y 20 casos de éxito de implantaciones explicados por los propios clientes conjuntamente con sus socios de tecnología. En este punto, de acuerdo con las cifras facilitadas por las tarjetas de identificación con tecnología NFC leídas desde móviles Android, hay que destacar el lleno completo de las sesión de inauguración y la ponencia magistral del primer día, que llevó a cabo Anxo Pérez; las sesiones paralelas registraron una asistencia media de 101 personas, mientras que las sesiones plenarios del segundo día (intervención de João Paula da Silva, las mesas redondas titulada “Supervivientes de SAP Quality Awards” y “Cambios Fiscales y Sistema de Información Inmediata de la AEAT” y la ponencia de SAMSUNG, con Luis Martín, CEO del Grupo Barrabés.biz sobre Smart Retail), superaron los 400 asistentes.

Todas las ponencias han sido valoradas positivamente: sobre un máximo de 5.0, las doce presentaciones mejora valoradas (a partir de ahora Top 12) superaron el 4,0. La ponencia de Anxo Pérez fue la mejor valorada con una puntuación de 4,37, seguida por la sesión paralela de SEIDOR y BERLYS, que alcanzó un 4,24. Cabe destacar que las seis siguientes ponencias del ranking, MOVILIZER-LA ZARAGOZANA, FUJITSU-AGENCIA EFE, SEMANTIC-FAES, SEIDOR-CALIDAD PASCUAL y SAP-S/4HANA, SEIDOR-HEINEKEN, se han batido

VALORACIÓN DE LA LOGÍSTICA



en 5 décimas entre el 4,17 y 4,12. Esto pone de relieve el alto nivel de las intervenciones de este año.

En cuanto a ubicación del próximo Fórum, el recuento muestra las siguientes propuestas, con dos ciudades que destacan respecto al resto:

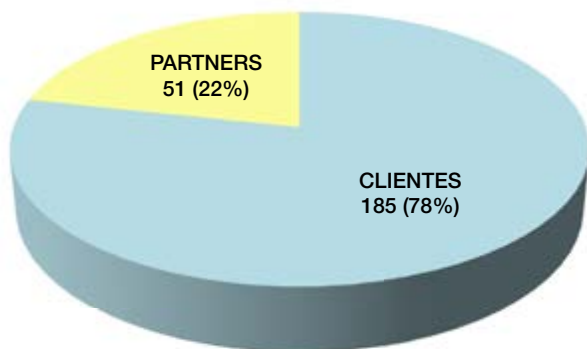
- 51 sugieren repetir Zaragoza con 48 votos en primera opción.
- 49 Sevilla con 41 votos en primera opción.
- 25 Bilbao.
- 21 Madrid.
- 21 Málaga.
- 19 Barcelona.

Hemos recibido más comentarios, a los que damos respuesta en la página siguiente. Por nuestra parte, os confirmamos que la próxima edición del Fórum AUSAPE, que tendrá lugar en 2015, inicia ahora su andadura y preparación, y estamos seguros de que estarás presente.

PONENCIAS MEJOR VALORADAS

PARTNER	DESCRIPCIÓN	NOTA
Anxo Perez	Persigue la excelencia cuando ya eres excelente	4,37
SEIDOR	BERLYS. Suite on HANA	4,24
MOVILIZER	LA ZARAGOZANA. Movilidad	4,17
FUJITSU	AGENCIA EFE. SAP Cloud pago por uso	4,15
SEMANTIC	FAES FARMA. Outsourcing on Cloud	4,15
SEIDOR	CALIDAD PASCUAL. SuccessFactors	4,15
SAP	S/4 HANA. Iguacel Ordejón - Enric Roca	4,15
SEIDOR	HEINEKEN. SAP Business One	4,12
SAPIMSA	HEFAME. Ventajas BI sobre HANA	4,06
AUSAPE	Mesa Redonda. Cambios Fiscales 2015-2017	4,05
SAMSUNG	Luis Martín. Smart Retail	4,04
AUSAPE	Mesa Redonda Supervivientes SAP Quality Awards	4,01

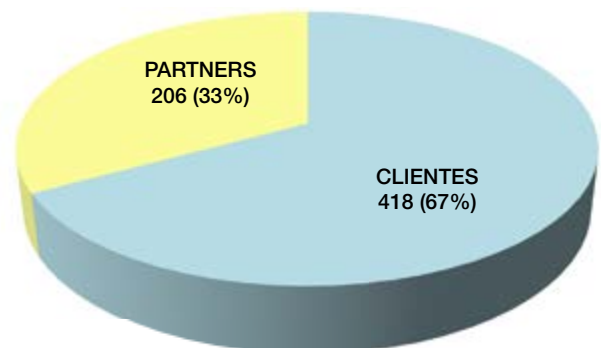
RELACIÓN DE ASISTENCIA POR EMPRESA



3,6 Empresas Cliente por cada Empresa Partner

RELACIÓN DE ASISTENCIA POR INDIVIDUO

2 Asistentes Cliente por cada Asistente Partner



¡Muchas gracias a todos!

El Fórum se renueva y crece, supera las expectativas de asistencia, las cifras de participación en las sesiones y, además, consigue muy buenas valoraciones. Llega el momento de agradecer a todos vuestra asistencia, incluso a los que las circunstancias les han impedido asistir físicamente pero que nos han acompañado con su interés en que se celebre.

Los datos de asistencia que os hemos mostrado, adquieren especial relevancia cuando se tiene en cuenta que en un entorno económico que todavía no es todo lo positivo que debería, los asistentes han abonado una cuota de inscripción y en muchos casos, el importe del transporte para poder asistir al evento.

Otro ratio que sobresale y que muestra el elevado compromiso de nuestros Asociados es el de inscripción/asistencia. Nosotros estamos muy orgullosos ya que es un nivel enviado por cualquier empresa organizadora de un evento, pero también -más importante aún- pone sobre la mesa el gran compromiso de los Asociados con el evento.

La capacidad de convocatoria de AUSAPE y la fidelidad de nuestros Asociados hacen posible que el Fórum sea ya un evento tecnológico de referencia en España.

Por todo ello, sólo podemos decir GRACIAS.



Resumen de críticas, comentarios y sugerencias obtenidos de las encuestas de satisfacción

Como comentábamos en las páginas anteriores, 296 de los 624 asistentes al Fórum rellenaron los cuestionarios de satisfacción, una herramienta muy válida para tomar el pulso al evento e identificar puntos de mejora. De esos cuestionarios, 246 incluían comentarios a mano, que se valoran para que la próxima convocatoria siga cumpliendo las expectativas que todos ponemos en ella. Esto es lo que nos habéis dicho y tomamos nota.

Desde AUSAPE queremos agradecer el esfuerzo de todos los asistentes que, además de aportarnos su opinión del Fórum, han escrito de puño y letra observaciones que contribuyen a ampliar la visión que se nos traslada y que interpretamos es fruto del interés en que el evento siga mejorando año tras año. Desde esta página, gracias.

Hemos recogido y agrupado todas vuestras críticas (constructivas) y sugerencias, que a continuación os detallamos. Todas ellas son bien recibidas y serán tenidas en cuenta ahora que nos ponemos a trabajar en Fórum AUSAPE 2016, si bien tenemos que informar que la crítica más reiterada suma sólo 18 comentarios.

CRÍTICAS

Logística

- Mejor control de tiempos. Impedir el acceso a las sesiones una vez iniciadas las mismas. Salas muy saturadas de asistentes, ambiente cargado.
- Retrasos de los autobuses.
- Mucho ruido en la cena. Comidas contundentes y sin posibilidad de interactuar con muchos asistentes.

Instalaciones

- Mejorar la visibilidad en las mismas. Identificación más clara de las salas y lavabos.

Sesiones

- Eliminar las presentaciones de empresa de Partners y/o del Cliente.

- Mejorar el contenido y las presentaciones de las ponencias.
- Evitar que las temáticas presentadas se repitan.
- Presentar casos prácticos y no solamente casos de éxito sobre nuevos productos SAP.
- Alargar la duración de las sesiones.

Comentarios y Sugerencias

- Más presencia de Sector Público.
- Mesas de Expertos: iniciativa muy útil. Potenciarla y facilitar el proceso de inscripción a la consulta.
- Agenda de mano muy útil, pero mejor si está ordenada de forma cronológica.

La encuesta de este año incluía también un apartado de preguntas sobre cómo mejorar la labor que desempeñan los Grupos de Trabajo y el soporte que ofrece la Oficina AUSAPE y la propia Asociación.

En este bloque de preguntas, hemos recibido las siguientes sugerencias:

- Incrementar las sesiones presenciales y online.
- Promover mesas redondas de clientes y con expertos.
- Potenciar el uso de los foros online.
- Grupos de Trabajo nuevos para SAP HANA, SAP Business One, Licenciamiento y Audits.
- Ejercer una mayor presión sobre SAP en temas de Localización, Licenciamiento, Auditoría y Mantenimiento.
- Tratar de crear un catálogo de experiencias y proyectos de clientes.



De responsable Financiero a Gestor del Cambio

¿Conoce todo el portfolio de SAP en el ámbito financiero?

El entorno económico actual impulsa a los **CFO a un cambio de rol** para encontrar nuevas maneras de **mantener el rendimiento y hacer crecer el negocio**; mientras que el avance tecnológico derivado de las últimas tecnologías como **SAP HANA, Cloud, Analítica, Movilidad y Social** promueven procesos de transformación internos que hacen del **Director Financiero un estratega corporativo y gestor de cambio**.



SCL cuenta con un amplio portfolio de **Soluciones Financieras** que le permitirán simplificar la experiencia de usuario en cualquier dispositivo y afrontar todos estos cambios aportándole un enfoque más estratégico para la **toma de decisiones acertadas** y un mejor uso de la **analítica de los procesos de negocio**.

Logre la excelencia en su gestión financiera con nuestras soluciones

- ✓ Deuda y riesgos financieros
- ✓ Finanzas y Tesorería en HANA
- ✓ Liquidez y flujos de efectivo
- ✓ Experiencia de usuario para finanzas con SAP Fiori UX
- ✓ SAP Fraud Management y mucho más.

Solicite más información:
marketing@scl-consulting.com

Visite la Web:
www.scl-consulting.com

Síguenos en redes sociales:



Los asistentes opinan sobre Fórum AUSAPE



SUSANA MORENO MARIN
ILUNION-GEOSA
(ex Presidenta de AUSAPE)

"Me encanta el Fórum, me parece fabuloso. He venido todos los años y cada año va a mejor. Esto me empuja a acudir los próximos años, sin ningún tipo de duda. Acabo de salir de la charla de Anxo Pérez y he salido renovada y encantada. No le puedo poner ninguna pega a nada"



DAVID BAUTISTA
(ex Presidente de AUSAPE)

"La organización está siendo excelente al igual que las ponencias, todo está saliendo a la perfección. Las sesiones son totalmente aplicables al mundo real. Son cosas que la gente sabe pero que aquí se exponen de forma ordenada para el mundo empresarial"

ANDRÉS GARCÍA CORDERO
RETARUS

"El número de asistentes es notablemente superior al de hace cinco años. El Fórum me parece muy interesante y la charla de Anxo me ha gustado tanto que incluso la he grabado. El ambiente está siendo extraordinario y sencillo. Puedes conversar tranquilamente con cualquier persona que está aquí, ya sea partner o cliente; la gente es muy abierta. Le doy un 10 a la organización"



SOFÍA FARHAOUI
HR PATH SPAIN

"Mi empresa ya lleva asistiendo a este congreso de AUSAPE muchos años, aunque yo es el primero que vengo como representante. Está todo muy bien organizado, por supuesto que repetiremos."



CARLOS RICO LINAGE
HEINEKEN

"El año que viene repito sin dudarlo. Cada año supera al anterior y hay muchísimas ponencias muy interesantes. A mi empresa concretamente le interesan las sesiones de HANA, SuccessFactors y la de 'Cambios fiscales 2015-2017', pero no dejaré de asistir a otras muchas que veo que tienen mucha aplicabilidad dentro de cualquier empresa"



CARMEN MONREAL SALGADO
ONCE

"La última vez que viene fue hace 8 años y el cambio ha sido muy sustancial, y para bien. Este Fórum es estupendo porque no sólo hablas con otros usuarios de SAP y compartes sufrimientos del día a día con ellos; también contactas con profesionales que le dan servicio a tu empresa. Una comunicación directa entre ambas posiciones muy necesaria"



JESÚS TEMPRANO MELGAR
ENEL IBEROAMERICA

"Este es mi primer año y me he quedado gratamente impresionado. No sabía lo que me iba a encontrar y me ha encantado la disposición, planteamiento, conferencias... etc. He observado que el ambiente es muy cordial tanto con los otros clientes como los partners, compartimos impresiones y nos ayudamos mutuamente"



MIGUEL SALAS
SARAS ENERGÍA

"Es mi primera vez en este congreso y, desde luego, no será la última. Lo que hace atractivo a este Fórum es que las ponencias están hechas para tener y compartir experiencias tanto para el cliente como para el partner. Además, hay partners que conocía ya de antes y que trabajo con ellos, lo que viene muy bien para afianzar relaciones laborales"

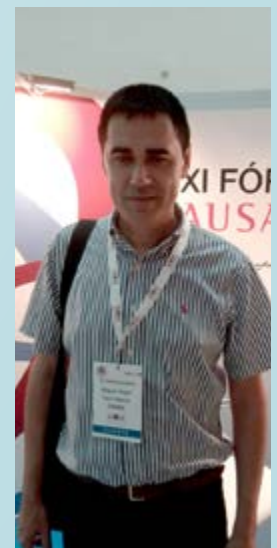
MARTA BLANCH VALLES
PORTAVENTURA

"Hemos venido con unas necesidades concretas y nos vamos a ir con todas ellas satisfechas. Hay más gente que en ediciones anteriores, lo que anima el ambiente y lo hace más dinámico y fructífero. Acabamos de salir de la ponencia de Stratesys y nos ha parecido muy interesante y útil para nuestra empresa. Por supuesto, también hemos estado en la sesión magistral de Anxo Pérez. Es increíble, rescataría todas y cada una de sus palabras. El año que viene, si nada lo impide, aquí estaré una vez más."



MIGUEL ANGEL SANZ GARCÍA
DAMM

"Ésta es la tercera vez que asisto y cada vez es más espectacular. Gracias a este Fórum, conseguimos no sólo ampliar campos y nuevos horizontes para nuestras empresas, sino también ponernos en contacto con otros usuarios de SAP e intercambiar opiniones, sobre todo de cara a nuevas implementaciones. Me quedo con las ponencias de Analytics y Predictive Analysis"





NETWORKING XI FÓRUM AUSAPE





Entrevista con Fernando Lucero, CIO de Iberdrola



“Los CIOs están asumiendo el liderazgo de la transformación digital en muchas organizaciones”

Su trayectoria profesional está muy vinculada al sector de TI en diferentes sectores desde hace 25 años. Trabajó en el CERN, en la Agencia Espacial Europea, y ha ejercido como Director de Sistemas en Mapfre Asistencia, Lafarge e Isolux Corsán hasta que asumió la posición de CIO de Iberdrola hace tres años. Hablamos con él sobre cómo está ayudando la organización de TI a cumplir los objetivos de negocio y sus proyectos estratégicos, entre otros temas.

¿Cuáles son los pilares de la estrategia de Iberdrola?

Dentro del plan Perspectivas 2014-2016 de la compañía se incluyen tres pilares estratégicos: mantener tanto un perfil de riesgo equilibrado con más del 80% en negocios regulados incrementando la diversificación geográfica; Eficiencia Operativa con costes planos para los negocios existentes; y fortaleza financiera mediante la reducción de deuda, mejora de ratios financieros y conseguir una retribución al accionista de al menos 0,27 €/acción. Esto se traduce en foco en los países con atractivo y estable marco regulatorio.

¿Cómo impactan estos objetivos en el Departamento de TI de la compañía?

TI es una de las palancas de los negocios a la hora de conseguir la eficiencia operativa. Los procesos de negocio se soportan sobre sistemas que ayudan a estandarizar, homogeneizar y mejorar en todas las geografías donde operamos. Gran parte de las eficiencias que los negocios están soportadas por el uso de TI. Por otro lado, para cumplir con los requerimientos regulatorios, el uso de tecnología se hace indispensable, con lo que nos toca liderar los proyectos de la mano de los negocios para garantizar el cumplimiento.

¿Cuál es la estructura del Departamento?

Teniendo en cuenta que Iberdrola está en más de 40 países, contamos una organización de más de 500 personas a ni-



vel global distribuidas principalmente en España, Estados Unidos, Reino Unido, México y Brasil.

A nivel de estructura, tenemos responsables globales por cada una de las unidades de negocio: distribución, generación, negocio comercial, renovables, ingeniería y las áreas corporativas. A su vez, tenemos una organización global de soporte, que básicamente dota de infraestructuras, comunicaciones, arquitectura, etc., a las distintas áreas.



“Cloud es un tema que está en la ecuación cada vez que tenemos que tomar una decisión”

Existe también un área global de Gobierno de la función de TI, donde se incluye planificación financiera, innovación, relación con clientes y un equipo global enfocado en la calidad, seguridad y riesgos de TI.

Cada una de estas áreas tiene ámbito global y adicionalmente disponemos de equipos locales en cada uno de los países donde estamos para satisfacer la demanda local. Por otro lado tenemos CIOS a nivel de los principales países, que replican esta estructura localmente y tienen dependencia funcional con las áreas anteriores.

¿Cuál es el escenario SAP en Iberdrola?

Es bastante complejo. Utilizamos SAP desde aproximadamente 1990 y hacemos un uso intensivo de su tecnología.

Tenemos implantado el sistema ERP, que nos ayuda en la implementación de procesos corporativos en los países a

los que llegamos homogeneizando los procesos, sobre todo en áreas como control, de administración, finanzas, compras, etc.

Disponemos además de soluciones específicas para el sector de "Utilities" como SAP IS-U para gestión de clientes, y hemos desplegado SAP BPC y SAP SRM. También estamos realizando proyectos como la implementación en los últimos tres años de su solución de Recursos Humanos en España, Reino Unido, EE.UU., y este año terminamos con Brasil. Otra iniciativa de envergadura es el despliegue del módulo de tesorería, con el que empezamos el año pasado en Estados Unidos (ahora mismo estamos haciendo Renovables) y el año que viene haremos España, Reino Unido y Brasil.

Tenemos soluciones bastante estándar de procesos de negocio y la parte de mantenimiento la hacemos también con SAP.

Actualmente estamos analizando otras soluciones como SAP Mobile Platform, SAP Fiori, etc.

¿Están teniendo peso tecnologías como Big Data en los últimos proyectos de la compañía?

Big Data llegó a Iberdrola hace tiempo ligado a un proyecto de despliegue de contadores inteligentes, que en España tiene un calendario muy exigente impuesto por el regulador que tenemos que cumplir.

Hace dos años iniciamos un proyecto de almacén de curvas de carga, que nos facilita información de consumo de clientes basándonos en las mediciones que se realizan desde los contadores. Es una cantidad ingente de información y tuvimos que poner en marcha tecnología de Big Data para poder procesar los datos. Ese proyecto lo hemos hecho en España y lo estamos replicando en Reino Unido.

Ahora mismo también utilizamos la tecnología de Big Data para sistemas informacionales, sobre todo, para herramientas de reporting.

Estoy convencido de que el concepto acabará diluyéndose porque todo será Big Data, ya que los grandes fabricantes ya están anunciando la convergencia de sus plataformas estándar y Big Data en una misma solución.

¿Y Movilidad y Cloud?

Las soluciones de Movilidad también se utilizan desde hace muchos años, principalmente porque nuestros equipos de campo las necesitaban para gestionar las labores de mantenimiento, operación, gestión de averías de red, etc. En este ámbito hemos ido soluciones estándar que emplean tecnología HTML5 para soluciones de fuerza de campo y estamos utilizando en algunas áreas la plataforma SAP Mobile.

Por su parte, Cloud es un tema que también está en la ecuación cada vez que tenemos que tomar una decisión. Es cierto que empresas que tenemos ya mucha infraestructura desplegada on-premise tenemos que mantener esas inversiones, pero cuando tenemos que decidir cuál es la mejor opción, las soluciones Cloud se ponen también encima de la mesa y se valoran como una alternativa cada vez más interesante. Estamos priorizando Cloud en áreas relacionadas con comunicación o negocio comercial, que necesitan despliegues más rápidos y soluciones más ágiles.

¿Están contando en estas iniciativas con soluciones de SAP?

En algunos de ellos sí. Empezamos en Big Data con una tecnología distinta a la de SAP como estándar, pero hemos desplegado SAP HANA en algunas áreas de nuestro negocio de Ingeniería y en estos momentos la estamos analizando para soluciones de reporting.

Somos muy intensivos en el uso de SAP y tener tecnologías afines dentro de SAP nos favorece.

¿Por qué no las utilizan más?

Hemos hecho muchos pilotos con SAP HANA, pero diría como crítica que la comercialización que está haciendo SAP de esta tecnología no favorece que se haga una implantación masiva de la misma y la propia SAP lo sabe. El hecho de que nosotros hayamos optado como solución principal por una distinta, evidencia que la parte de comercialización pone barreras al uso de tecnología en clientes intensivos de SAP.

Mi opinión personal es que SAP ha hecho una inversión muy fuerte en SAP HANA y la quiere poner en valor, y al trasladar a todos los clientes los costes tan altos de una tecnología, le hace quedarse fuera de mercado en comparación con otras.

Lo mismo nos ocurre con Cloud. Hoy por hoy, todas las empresas están comercializando productos y servicios en la nube. Para los clientes tradicionales SAP, que llevan toda la vida en on-premise, no existe ninguna facilidad para que podamos empezar a subirnos a este carro, reconociendo las inversiones hechas en el pasado y a unos costes razonables. Resulta muy complicado experimentar con SAP en esta área cuando no existen esas facilidades.

Háblenos de sus principales proyectos de TI en 2014.

En 2014 los principales proyectos fueron la implantación en Scottish Power de un sistema comercial basado en tecnología SAP, para gestionar a todos los clientes de forma integrada, así como la solución de RR.HH. para Reino Unido. Además, pusimos en marcha un proyecto de tesorería y empezamos con la implantación de SAP en EE.UU. para las áreas de corporativa y del negocio de redes.

Concluimos también el despliegue de la solución de almacén de curvas de carga en España, y pusimos en marcha soluciones digitales para los negocios comerciales, desplegando apps de gestión de clientes tanto en España como Reino Unido.

¿Y en 2015?

Además de las iniciativas que he comentado antes que tienen continuidad este año, uno de los proyectos más importantes es el despliegue de un proyecto de Smart Metering para Reino Unido, ya que es obligatorio disponer de una solución para gestionar contadores inteligentes en unas determinadas fechas, tanto en el negocio comercial como para el negocio de distribución de Scottish Power.

Están en marcha también dos proyectos de reporting regulatorio para España y Reino Unido para poder proporcionar a las autoridades regulatorias información muy exhaustiva

“Estoy convencido de que el concepto acabará diluyéndose porque todo será Big Data, ya que los grandes fabricantes ya están anunciando la convergencia de sus plataformas estándar y Big Data en una misma solución”

de la actividad del negocio de distribución y de cómo gestionamos los activos. En el plano internacional, también iniciaremos la implantación un nuevo sistema CRM para Iberdrola USA.

También merece la pena destacar el desarrollo de una iniciativa de Customer Engagement, que incluye una plataforma digital de clientes para monitorizar su actividad en redes sociales, un motor de reglas para gestionar esa actividad en social media, mejoras en las plataformas de movilidad, etc.

¿Cómo ve la evolución del rol del CIO en las organizaciones?

El papel del CIO está cambiando en los últimos años y ya no es un gestor de tecnología. Tiene cada vez mayor visibilidad en la empresa y tiene que ser un facilitador en la mejora de los procesos. Se le valora muchísimo más como parte integrante de los procesos de negocio, en el entendimiento de cómo los procesos de negocio pueden estar soportados por tecnología, y quizás se está perdiendo más la vertiente técnica para ir más a una vertiente de gestión.

Los CIOs están asumiendo el liderazgo de la transformación digital en muchas organizaciones y son los que tienen que poner en valor cómo pueden ayudar a mejorar los negocios con los nuevos procesos digitales. En nuestro caso, cada vez nos están exigiendo más que todo lo que hagamos tenga una justificación basada en la eficiencia para TI y para el negocio.

Para concluir, ¿qué le aporta AUSAPE a Iberdrola?

En primer lugar, nos permite estar en contacto con otras empresas que son parecidas a la nuestra, disponer de información sobre experiencias en la implantación de la tecnología SAP y conocer cómo han ido enfocando las soluciones otras empresas con características similares.

Y AUSAPE también tiene otro cometido en su misión, que es ser el portavoz de todos los Asociados, poder dirigirnos a SAP como una única voz.



MOVILIZER FOR SAP

Extienda los procesos de SAP a su Mobile Workforce: donde quiera, cuando quiera y en cualquier dispositivo



LO PRIMERO ES EL NEGOCIO

Movilizer controla la tecnología, usted se concentra en su negocio

Reinvent

Your Mobile Enterprise

Descubra nuestra incomparable integración con SAP, la agilidad de desarrollo y las mejores »best practices« en aplicaciones estándares para soluciones de movilidad

- Movilice con total seguridad a sus empleados, partners y terceros
- Trabaje donde quiera con un completo soporte offline
- Flexible y ágil para soportar sus procesos actuales y futuros

La plataforma Movilizer para »mission-critical« applications

- Cree, configure y despliegue aplicaciones móviles en SAP
- Personalice sus aplicaciones móviles con ABAP
- Controle el ciclo de vida de las aplicaciones móviles en SAP

Movilizer dispone de más de 300 procesos de negocio de SAP que se pueden configurar y combinar para »movilizar« su negocio como usted necesita



Movilizer for SAP PM/CS



Movilizer for SAP DSD



Movilizer for SAP IS-U



Movilizer for SAP Workflow



Movilizer for SAP SD



Movilizer for SAP FI-CO Inventarisatation



Movilizer for SAP FSV



Movilizer for SAP Mobile Forms



Movilizer for SAP OER All / EM



Movilizer for SAP Travel Expenses



Movilizer for SAP CRM Sales



Movilizer for SAP CATS Time recording



Movilizer for SAP PoD



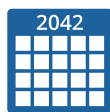
Movilizer for SAP MM WM / eWM



Proven Performance



100% SAP Integration



Future Ready

Contáctenos para ver una demostración gratuita:
info@movilizer.com
movilizer.com

SAP® Certified
Powered by SAP NetWeaver®

Entrevistamos a José Pablo de Pedro, Managing Partner de Techedge España & LATAM

“Nuestro primer objetivo es alcanzar una facturación de 150 millones de euros en 2016”

El año pasado, casi por estas fechas, entrevistábamos a José Pablo de Pedro, entonces primer directivo de Realtech España y LATAM, empresa que llegó a un acuerdo de fusión con Techedge Group, de origen italiano. Nos sentamos con él para que nos cuente cómo ha evolucionado el proceso entre ambas compañías, las sinergias que han conseguido y sus planes estratégicos.

Han pasado pocos meses desde que Realtech anunció su fusión con la italiana Techedge. ¿En qué momento se encuentra el proceso?

Hemos analizado las sinergias entre ambos grupos, tanto en productos y servicios como en clientes, así como comenzado labores de optimización de sistemas internos.

Háblenos de los planes del nuevo grupo empresarial que se ha creado, Techedge Group.

Nuestro objetivo es ser una consultora "boutique" a nivel mundial, con mucho foco en las personas y en sus conocimientos de producto para ayudar a nuestros clientes en su estrategia global, pero aportándoles el expertise local que están acostumbrados a recibir de nosotros.

¿Cuál es la estrategia que van a seguir?

Queremos crecer orgánicamente en los 12 países donde ya estamos presentes y explorar compras de compañías especializadas como la nuestra. Nuestro primer objetivo es alcanzar una facturación de 150 millones de euros en 2016 y, a partir de ese momento, buscaremos crecer en regiones como Asia u otros países para poder dar una cobertura global en 2020.

¿Cómo ha quedado configurada Techedge España & LATAM?

Seguimos siendo el mismo equipo, explorando los casos de éxito de nuestros colegas en otros países y trayendo ese

expertise en áreas donde hasta ahora no teníamos tanto foco. Es el caso de sectores como Fabricación, Telco, Utilities u Oil&Gas, o soluciones como Hybris con las que ya se han realizado implantaciones relevantes, etc.

Realtech ha aportado a esta fusión una gran especialización en SAP, mientras que Techedge es experta en el diseño e implantación de procesos de negocio empresariales. ¿Qué aporta esta operación a los clientes de SAP en España?

Ahora contamos con casos de éxito de implantaciones realizadas como, por ejemplo, en las fábricas de Fiat o Ferrero a nivel mundial, que pueden resultar interesantes para clientes de los sectores de Automoción o Alimentación aquí en España. También hemos

ganado experiencia en cómo gestionar grandes proyectos de experiencia de cliente (UX) en el sector de moda, con clientes como Luxottica o Prada, por citar algunos.

Además, podemos dar mayor cobertura internacional a nuestros clientes españoles en nuevos países como Rusia, Alemania, Reino Unido o Brasil, entre otros.

¿Puede hablarnos de proyectos en España que se hayan ganado gracias al nuevo porfolio de servicios conjunto?

Un ejemplo es que hemos comenzado a trabajar en los primeros proyectos con Hybris gracias a las referencias y el conocimiento aportados por Techedge.

“Queremos crecer orgánicamente en los 12 países donde ya estamos presentes y explorar compras de compañías especializadas como la nuestra”

¿Y proyectos fuera en países en los que no estaba Realtech, como Emiratos Árabes o Rusia, en los que han podido entrar tras la operación?

Sí, también hemos avanzado en esta área. Tenemos clientes españoles que nos han pedido que les ayudemos en Rusia y en Italia, y ya estamos colaborando. También hemos hecho rollouts en Estados Unidos y México en algunos de los clientes de Techedge.

Nos comentaba la última vez que le entrevistamos que Realtech esperaba crecer un 20 por ciento en 2014. ¿Han cumplido estas expectativas?

Sí, hemos crecido un 18 por ciento en España y, si contamos España y Latinoamérica, el crecimiento se sitúa por encima del 25 por ciento.

Y ahora como Techedge, ¿qué perspectivas de crecimiento tienen para 2015?

Para España y Latinoamérica, queremos crecer también a un ritmo del 25 por ciento en 2015.

Para finalizar, ¿cuáles son las tecnologías en las que más están invirtiendo las empresas este año?

Sin duda, en Analítica, Cloud y Tecnología, y Desarrollo e Integración.



¡ASÓCIATE!

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



César Martín
Especialista en Tecnologías SAP



Cristina Rosa
Especialista en Movilidad
y UX de SAP



SAP API Management, un acelerador para su transformación digital

Los rápidos cambios que acompañan a la transformación de la economía digital generan nuevas posibilidades de negocio para las empresas. Hace poco, nos era difícil pensar que una empresa que no fuese del sector de las Tecnologías de la Información pudiera ofrecer una opción digital para el acceso a sus servicios. Pero los cambios ocurren a una velocidad vertiginosa y con el acceso a la información accesible a todos en todas partes, se abren nuevas oportunidades con la generación de esa información.



Los modelos de desarrollo de aplicaciones, sobre todo, de aplicaciones orientadas a dispositivos móviles, se basan en el uso de APIs para obtener la información que publican, o para registrar la información que generan. No hace mucho las siglas API estaban circunscritas al mundo de la programación (Application Programming Interface) y solían ser crípticos trozos de código accesibles por “includes” y bibliotecas de funciones. La revolución de SOA (Service Oriented Architecture) consolidó la idea de usar protocolos basados en HTTP para el intercambio de información distribuida. Sin embargo, SOA llevaba cierta sobrecarga que no ha-

cía especialmente flexible su uso desde aplicaciones orientadas a usuario.

La solución vino del uso de contenedores de información que permitiesen facilitar el uso de los servicios, con dos requisitos: que redujesen al mínimo la sobrecarga de información y que estuviesen muy cercanos al entorno de desarrollo de las aplicaciones cliente. Estas características las cubre el exponer los servicios a través de mecanismos basados en REST (Representational State Transfer) y de serializar la información con formatos ligeros, como XML simple, pero especialmente, con JSON. JSON tiene la ventaja adicio-

nal de que es próximo al lenguaje más usado actualmente en el desarrollo de aplicaciones de usuario (JavaScript) y, en general, fácil de tratar en todos los lenguajes de programación modernos.

El problema que se plantean las empresas (y el reto) es saber sacar partido a su negocio a través de una preparación cautelosa de los servicios que exponen. Cuando hablamos de APIs en este contexto, nos estamos refiriendo generalmente a un procesado de información en una llamada HTTP (por ejemplo, el envío de una factura, la orden de un pago o la solicitud de una reserva) que permite exponer al público en general el acceso a servicios de información que provee la empresa.

Hay ejemplos muy claros de lo que es una API. Por ejemplo, una empresa puede exponer sus servicios de geocodificación a través de sus APIs. Podemos enviar a la API correspondiente una dirección y se nos devuelve un mensaje que contiene las coordenadas geográficas, longitud y latitud de esa dirección. De esta manera, se expone para uso público una funcionalidad avanzada que nuestra empresa ha desarrollado. Otro ejemplo son los pagos por tarjeta de crédito a través de pasarelas por Internet: un pequeño fragmento de código se puede incorporar en cualquier aplicación para dotarla de la posibilidad de realizar cobros con tarjeta de crédito u otros mecanismos electrónicos.

Estos ejemplos son negocios nuevos creados directamente sobre Internet. Sin embargo, redefinir un negocio existente para que pueda convertirse en un proveedor de APIs no es tarea sencilla. Tradicionalmente la definición de los servicios de IT se ha hecho de puertas para adentro para resolver problemas del negocio. Convertirse en una empresa que provee servicios para el mundo digital es una increíble oportunidad para extender el alcance del negocio. Para ello hemos de entender muy claramente qué partes de la informática de una empresa pueden ser interesantes para dar algún valor a terceros. Por ejemplo, una compañía puede tener un conocimiento muy detallado de la ubicación y el estado de las obras que están realizando en carreteras y calles. Esta información es muy importante para conductores y proveedores de servicios de mapas que, de esta forma, pueden actualizar sus servicios desde la fuente más fiable. Si somos capaces de exponer esta información de una manera fácil de consumir, generaremos una demanda de un servicio nuevo por el que podemos empezar a obtener un ingreso.

El consumo de las APIs normalmente es gratuito para los desarrolladores, pero todos los proveedores de APIs basan su negocio en el consumo de las APIs generado por aplicaciones de terceros. Para ello, exponer las APIs no sólo es un detectar la funcionalidad y la manera técnica de implementarla, sino que requiere también un diseño cuidadoso que incluye los siguientes factores:

- **La seguridad de las APIs.** ¿Son autenticadas o abiertas?, ¿usan cifrado? ¿cómo securizamos el acceso los backends?
- **La carga prevista.** ¿Somos capaces de soportar accesos masivos?, ¿queremos restringir el servicio a un número de conexiones por minuto y dispositivo?, ¿queremos ofrecer diferentes modelos de contrato de servicio?



- **La facturación por los accesos.** Tenemos que conocer cuántos accesos tiene una aplicación concreta para saber cómo facturar por el uso que hemos contratado con terceros.

Estos problemas se resuelven mediante el empleo de una nueva familia de software: API Management. SAP ha apostado con firmeza por ofrecer la mejor tecnología existente en el mercado, a través de una asociación por la que incorpora en su porfolio la tecnología de Apigee Edge y la adapta al entorno SAP con el nombre de SAP API Management.

Utilizando SAP API Management se dispone de la plataforma líder para exponer la funcionalidad digital de su negocio. La herramienta permite hacer realidad todas estas posibilidades que darán a su negocio una nueva capacidad en el mundo digital:

- Habilitar a desarrolladores y terceros para conectar nuevos interfaces de usuario, canales digitales y dispositivos.
- Permitir escalar y controlar el acceso a los datos de la empresa con políticas mejoradas, gestión de seguridad y gestión del tráfico.
- Simplificar el acceso a servicios de back-end y obtener de infraestructuras complejas la funcionalidad adecuada.
- Tener una visión clara y detallada de quién y cómo se utilizan sus activos digitales.
- Integración directa con aplicaciones SAP, incluyendo aplicaciones on-premise y Cloud.
- Acceso con Single Sign-on.
- Generar nuevos negocios estimulando la capacidad de innovación digital de las empresas.

En conclusión, SAP API Management es la herramienta que permitirá a su empresa convertirse en un nuevo y exitoso actor del mundo digital.

Puede encontrar más información sobre API Management en los siguientes enlaces:

<http://scn.sap.com/community/api-management>

http://help.sap.com/apim_op

<http://www.sap.com/pc/tech/business-process-management/software/api-management/index.html>



Rubén Villaverde
Gerente de productos financieros SAP en everis



an NTT DATA Company

El valor añadido de las soluciones de movilidad y accesibilidad SAP en la gestión tesorerera

Ha llegado el momento de dar un paso hacia adelante en la mejora de la accesibilidad, amigabilidad y agilidad en los sistemas de gestión de tesorería SAP. La implementación de aplicaciones SAP Fiori y SAP Screen Personas asociadas a la funcionalidad tesorerera permiten que estos objetivos puedan cumplirse, aportando un notable valor cualitativo al usuario.

Durante los últimos años ha existido un consenso generalizado dentro del ámbito de la gestión de la tesorería en establecer, como uno de los objetivos fundamentales, la evolución de los sistemas y procesos hacia una tesorería “sin papel”. Esto se traduce en la búsqueda de una mayor automatización, rapidez y seguridad en la gestión del proceso de gestión de los pagos y cobros, en el procesamiento de extractos bancarios y en el proceso conciliación.

Con este propósito, la mayoría de los departamentos de Finanzas y Tesorería han acometido o, están aún haciéndolo, proyectos encaminados a dotar a sus sistemas de las funcionalidades necesarias para reducir al máximo la necesidad de trabajar con “papel físico” para ganar en agilidad, eficiencia y seguridad. En este sentido, las principales líneas de actuación han ido enfocadas a :

- Incorporar las ventajas derivadas del avance que se ha producido en el entorno bancario en normalización y homogenización de ficheros y canales.
- Disponer de un sistema “electrónico” de aprobación de pagos por parte de los apoderados, de acuerdo con las exigencias corporativas y las regulaciones/recomendaciones generalmente aceptadas en materia de segregación de funciones.
- Integrar y automatizar en el sistema la gestión todo el ciclo de los procesos de tesorería, incluyendo las solicitudes y actuaciones de las áreas periféricas.

Estas necesidades han encontrado su soporte y equivalencia dentro del ecosistema SAP en la implementación/actualización de formatos mediante la funcionalidad PMW (Payment Medium Workbench) integrada plenamente con todos los módulos financieros SAP; la implementación de la funcionalidad proporcionada por el módulo SAP-BCM, y la integración en los sistemas SAP corpora-

tivos de toda la operativa “periférica” y con un elevado grado de deslocalización.

En este interesante contexto, y aunque aún no se puede dar por finalizada esta etapa de optimización de procesos ni la erradicación completa y definitiva del “papel” en los procesos de tesorería, surgen nuevas oportunidades tecnológicas en el entorno de las herramientas de gestión tesorerera basadas en SAP.

Estas oportunidades se canalizan a través de la implementación de soluciones SAP innovadoras de movilidad y accesibilidad reforzadas tecnológicamente por la tecnología de BB.DD. SAP HANA.

En este sentido, se pueden encontrar mejoras cualitativas y es interesante considerar las siguientes herramientas:

- **SAP Fiori.** Es un conjunto de aplicaciones utilizables tanto desde cualquier ordenador como desde dispositivos móviles, que permiten cubrir escenarios de negocio concretos, ofreciendo una mejora en la usabilidad de funcionalidades SAP. Existe un extenso catálogo de aplicaciones ya desarrolladas por SAP que permiten el uso de parte de las funcionalidades estándar. El lenguaje que utilizan (SAPUI5, código abierto) permite que, además, sea posible desarrollar aplicaciones específicas para cubrir funcionalidades estándar no contempladas en el catálogo proporcionado por SAP o, incluso, aquellas que han sido ampliadas o desarrolladas a medida sobre la funcionalidad SAP estándar.
- **SAP Screen Personas.** Consiste en una capa de visualización web diseñada para facilitar el trabajo a los usuarios. Esta solución permite configurar las pantallas para que el usuario sólo vea aquella parte que le resulta de interés en un entorno más visual y sencillo, con acceso vía web lo que facilita significativamente la operatividad, especialmente en el caso de usuarios deslocalizados.

Esta funcionalidad ofrece de manera directa una mayor eficiencia al disminuir los tiempos de operación, una reducción en costes de formación y una enorme simplificación en la realización de los traspasos de conocimiento. Además, el coste de implementación de SAP Screen Personas suele ser, por lo general, bastante razonable.

El objetivo que se persigue con ambas soluciones es facilitar, simplificar y optimizar los tiempos de utilización de la herramienta de gestión corporativa en aquellos procesos, o parte de los mismos, que son susceptibles de ello. Es decir, aunque todo es posible, el objetivo general no consistiría en replicar toda la funcionalidad disponible del sistema de tesorería sino sólo aquella parte de la funcionalidad que afecta a partes concretas de procesos específicos en los que se pueden conseguir sustanciales mejoras en la gestión.

Esto lleva a enfocar su utilización en aquella operativa en la que, por urgencia o criticidad, se necesita una respuesta rápida y ágil, en aquella que pueda resultar especialmente compleja o en aquella en la que existe un elevado grado de deslocalización de los usuarios que requieren un uso sencillo y rápido de determinadas funcionalidades. Todo esto, enfocado desde un prisma en el que no se vean impactados los principios de robustez, seguridad e integración.

Todo ello nos lleva a preguntarnos sobre la utilidad o el valor añadido que pueden aportar estas nuevas soluciones tecnológicas en procesos o problemáticas reales:

- **Ejecución de pagos urgentes y aprobación de pagos por parte de los apoderados.** Especialmente útil para realizar rápidamente todo el proceso de pago. Es interesante abarcar toda la tipología de pagos y no sólo los urgentes, especialmente porque es habitual que estos apoderados dispongan de un tiempo limitado para realizar los procesos de aprobación mediante el acceso convencional al sistema SAP corporativo.

La optimización tecnológica vendría dada por aplicaciones SAP Fiori relativas a la funcionalidad del programa de pagos (SAP FI) y al proceso de aprobación y seguimiento (SAP BCM), lo que dotaría a la gestión tesorera de aplicaciones explotables desde dispositivos móviles que permitirán agilizar el ciclo de los pagos. En concreto dotaría a los apoderados de una herramienta que les facilitaría realizar el seguimiento y aprobación de los pagos desde un entorno rápido, seguro y amigable.

- **Acceso a información concreta, de manera rápida y ágil.** El foco de implementación de estas herramientas es implementar el acceso a determinada información que en un momento dado permita consultar información valiosa como, por ejemplo, la posición de tesorería global y desagregada, el volumen de negocio bancario, volumen de movimientos desconciliados, etc.



En este caso, el enfoque vendría dado por la implementación y utilización de aplicaciones SAP Fiori, que tomarían como base la funcionalidad de reporting disponible en el sistema SAP de gestión de tesorería (SAP FI/TR/IHC/TRM). Esto permitiría un acceso rápido desde cualquier dispositivo (incluyendo los móviles) a las principales magnitudes financieras, lo que puede ayudar al tesorero a disponer de la información más relevante en cualquier momento y lugar, de manera rápida y segura, ayudándole en su visión global y en el proceso de toma de decisiones.

En esta línea, existen aplicaciones “analíticas” SAP Fiori orientadas a proporcionar un reporting muy visual en materia de Cash Management y cuya implementación puede facilitar la obtención de informes, reduciendo la carga de trabajo que en ocasiones se

genera al equipo encargado del reporting tesorero.

- **Solicitud de pagos, apertura de cuentas, avales y garantías.** Es habitual tener que efectuar un pago no previsto, realizar la solicitud de una apertura de cuenta o realizar la petición de concesión de un aval o garantía. En el caso de que el sistema SAP corporativo de gestión de tesorería disponga de herramientas que integren algunos, o todos, estos procesos de gestión (funcionalidades que habitualmente habrán sido desarrolladas a medida sobre SAP con soporte en las funcionalidades estándar de SAP FI), resulta especialmente interesante que puedan utilizarse de manera ágil y cómoda, sin tener necesariamente que realizar un acceso convencional a SAP desde un PC.

En este caso, se podría apostar tanto por las aplicaciones SAP Fiori, que implicarían la creación de aplicaciones específicas como por la herramienta SAP Screen Personas. De esta forma, se mejoraría la accesibilidad y amigabilidad del entorno, simplificando el proceso y reutilizando de base toda la funcionalidad ya desarrollada, y todo con un impacto en coste bastante reducido.

Éstos son los principales casos de aplicación para la mayor parte de los Departamentos de Finanzas y Tesorería. Lógicamente, la lista no es cerrada y cada empresa es un mundo. Está claro que puede haber otras funcionalidades susceptibles de obtener mejoras por la vía de la movilidad y accesibilidad. Lo que sí parece incuestionable es que estas soluciones tienen la capacidad de aportar un valor añadido en la gestión de los procesos de tesorería. Se trata, en esencia, de poner el foco en el “cómo”, en mejorar la agilidad, usabilidad y eficiencia a la hora de gestionar los procesos que ya han sido integrados en los sistemas de gestión de tesorería SAP.

Este camino ya ha comenzado y nos llevará a que las aplicaciones movilidad y accesibilidad SAP jueguen un papel muy relevante en los próximos años, y pasen a formar parte del día a día de la gestión de tesorería, tal y como ya lo han hecho o están haciendo todas las funcionalidades y proyectos orientados a eliminar el “papel” de los procesos y sistemas tesorereros.

Entrevistamos a Jordi Campabadal, Responsable de Movilizer para Iberia y la región sur de Europa

“Queremos que el cliente se ocupe de su negocio, nosotros nos ocupamos de la tecnología”

Fundada en 2006, Movilizer es una compañía líder en la movilización de procesos de negocio, con un especial foco a usuarios de SAP. Jordi Campabadal nos cuenta su estrategia de negocio y repasa con nosotros las últimas novedades de la compañía.

En primer lugar, hablemos quién es Movilizer y cuál es su oferta de soluciones.

Es una compañía que aporta una solución de movilidad para cualquier proceso crítico dentro de una empresa. Aportamos una solución Cloud que permite movilizar aplicaciones y procesos de negocio críticos de forma ágil, segura y rápida. Se trata de una solución claramente innovadora con un punto de vista diferente para dar respuestas a este llamado “tsunami” que supone la movilidad para muchas empresas.

Hoy cualquier estrategia empresarial tiene que pivotar en la movilidad. No es una opción, es totalmente imprescindible. Y nosotros hablamos de “Mobile First” para dar a entender que cualquier decisión que se tome hoy en IT y negocio de cualquier compañía debe pensar en cómo encaja eso con la movilidad.

Pero la tecnología a veces es compleja y cambiante...

Muy compleja y muy cambiante. Por eso, el objetivo de Movilizer es garantizar el control de esa complejidad que supone la tecnología existente para la movilidad, permitiendo a las empresas separar sus procesos de negocio de la tecnología. Esto es crucial porque la tecnología cambia cada vez más rápido, y una empresa líder no puede condicionar su estrategia a los cambios tecnológico ni, por supuesto, dejar de tomar decisiones por no saber cuáles serán los dispositivos o los requisitos de movilidad que se precisarán en el futuro. Hay que apostar por tecnologías que sean capaces de contemplar y absorber los cambios tecnológicos que el futuro nos depara.

En definitiva, queremos que el cliente no sea “esclavo” de la tecnología que elige en este momento y esté cerrando puertas para poder evolucionar y adaptarse al futuro de forma controlada.

¿Y cómo ayuda Movilizer en estos escenarios?

Nuestra plataforma permite manejar la complejidad de la tecnología de movilidad (tanto a nivel hardware como software) separando los procesos de negocio críticos del cliente de la tecnología

existente o la que pueda existir en un futuro. Movilizer se ocupa de la tecnología y los clientes se centran en su negocio. La tecnología no puede ser una barrera a la hora de poner en práctica estrategias de negocio.

Para nosotros el negocio de nuestros clientes es lo primero, y Movilizer quiere que puedan poner la movilidad como una prioridad dentro de su estrategia empresarial sin que se tengan que estar preocupados por la tecnología.

¿Qué es lo que define, o hace diferente, a la Plataforma de Movilizer de otras soluciones del mercado?

Para cualquier cliente que confía en un tercero sus procesos en la nube, la solución tiene que cumplir, por lo menos, tres requisitos. En primer lugar, ésta tiene que ser absolutamente fiable, asegurando la escalabilidad y el acceso a los datos siempre (online y offline), y con una garantía de servicio y disponibilidad de los datos del 99,9 por ciento.

En segundo lugar, una plataforma de misión crítica en la nube tiene que garantizar el pleno control de aplicaciones y datos.

Finalmente, el tercer componente fundamental es la conectividad. Las aplicaciones en los procesos de misión crítica tienen que funcionar como una plataforma de colaboración que conecte “cualquier cosa” con “cualquier persona”.

La movilidad está cambiando la manera de desarrollar las aplicaciones y la estrategia de muchas compañías.

La aproximación a los proyectos de movilidad ya no puede ser igual que antes de la revolución de la movilidad. Movilizer proporciona una solución a los principales problemas a los que hoy se enfrentan muchas compañías a la hora de tomar decisiones que impliquen la movilización de procesos, aplicaciones o áreas de negocio dentro de sus compañías.

No precisamos una infraestructura de IT distinta o adicional a la que la compañía ya dispone (incluidos los dispositivos móviles), no necesitamos unas herramientas o conocimientos de desarrollo

especiales (sirven los que la compañía tiene disponibles), es tres veces más rápido de desarrollar y de implementar, permite el BYOD (Bring your own device), es fácilmente escalable (puede adaptarse a las necesidades estacionales o de crecimiento de la compañía sin afectar al negocio), es “agnóstico al hardware”, desarrollas una vez y funciona con cualquier dispositivo móvil que tu necesites...

¿Qué aporta en concreto a los clientes que utilizan SAP?

Movilizer nace como una compañía en el entorno SAP. De hecho, la fundaron en 2006 tres personas que estaban trabajando en SAP en el área de movilidad y trazabilidad. Desde entonces, tanto el mercado como la compañía han cambiado mucho, pero actualmente todavía la mayoría de nuestros clientes son usuarios de SAP. Diría que, aunque funcionamos con la gran mayoría de sistemas ERP o CRM del mercado, en torno a un 80 por ciento de nuestra base instalada son clientes de SAP, aunque muchos de ellos compatibilizan con Movilizer datos provenientes de otros sistemas back-end.

Disponemos de más de 300 aplicaciones (procesos de negocio) ya existentes, con los que cubrimos los 16 módulos principales de SAP: DSD, PMCS, SD, MM, FSV, Mobile Forms, OER, etc.

Dado que Movilizer ha hecho el esfuerzo por adelantado de movilizar estos módulos de SAP, nuestro tiempo de respuesta a mercado es muy breve, lo cual resulta muy atractivo para el ámbito de negocio de nuestros clientes.

Gartner ha nombrado a Movilizer como uno de los cinco Cool Vendors del año 2015 para soluciones de movilidad. ¿Qué resalta la firma de vuestra solución?

Destaca que es una forma pragmática de movilización de procesos y que permite crear y mantener de forma muy rápida nuevas aplicaciones. Además, hace especial hincapié en integración profunda y sencilla con los sistemas SAP, aunque nos podemos integrar con cualquier otro sistema de back-end del mercado (SFDC, Microsoft, Oracle, Planon, Maximo...)

Además, Gartner señala que Movilizer permite aprovechar al máximo todas las capacidades de los dispositivos móviles que se utilicen, su simplicidad y la escalabilidad de la solución.

Finalmente, me gustaría destacar que para ellos también es muy importante la facilidad con la que los datos se pueden extraer de múltiples fuentes suministrando información unificada a todos los empleados de la compañía.

Este reconocimiento de Gartner supone una motivación extra y también un reto para seguir creciendo por ese camino, es decir, una confirmación de que en el año 2006 se tomó la decisión adecuada, ya que la movilidad ha pasado a ser totalmente crítica para cualquier compañía.

Pero ésta no ha sido la única buena noticia de los últimos meses...

Es cierto. Nuestra sede está en Alemania, y Movilizer ha sido elegida para participar en el programa German Accelerator, dirigido a empresas del sector TIC y que se centra en ayudar a acelerar el crecimiento de las empresas seleccionadas para entrar de una forma mucho más eficiente en el mercado estadounidense. Como parte de este programa, la compañía se ha instalado en San Francisco desde principios de julio.



Gartner Cool Vendor 2015, Accelerator Program,... ¿hay alguna cosa más que le gustaría destacar?

Sí, la prestigiosa revista de tecnología CIO Review, que analiza soluciones empresariales que pueden redefinir los objetivos de negocio de las empresas del futuro, dedicó su portada de junio a los tres fundadores de la compañía: Alberto Zamora (CPO), Oliver Lesche (CFO) y Joerg Bernauer (CTO) con un llamativo titular: “Movilizer. The cloud for mission critical mobile apps”. Es un número en el que analiza las 20 soluciones de movilidad empresarial más prometedoras del año 2015. Movilizer una vez más es confirmada como la empresa con una solución líder en este mercado.

Háblenos de algunos de sus clientes de referencia.

Entre ellos, figuran **Coca-Cola** (un proyecto de más de 25.000 usuarios en tres procesos distintos: DSD, FS y Vending), **Gas de France - Suez** (con 7 proyectos conectados a 4 ERP distintos corriendo todos en la nube Movilizer), **John Deere** (con más de 7.000 usuarios para labores de ventas y promoción), **Orica** (sistema de trazabilidad a nivel europeo de explosivos que cubre toda su “supply chain”), **AstraZeneca**, **British American Tobacco**, **Boeinger-Ingelheim**, **Vestas** o **La Zaragozana** o **BSH** (Bosch-Siemens Electrodomésticos) como algunas de las referencias que ya disponemos en España, por citar algunos ejemplos.

En el Fórum presentaron el caso de éxito de La Zaragozana y era el primer año que asistían. ¿Cuál ha sido su experiencia?

Ha sido muy positiva. Para una empresa como nosotros ha sido una gran oportunidad para darnos a conocer a los usuarios de SAP, y la respuesta por parte de los clientes ha sido muy buena. Nos ha permitido establecer contacto con empresas a lo largo de los dos días y presentar el caso de éxito de La Zaragozana, que ha sido muy bien valorado.

¿Cómo evolucionará la compañía en el futuro?

Nuestro objetivo como compañía es ofrecer una tecnología a prueba de futuro. ¿Qué significa eso? Que estamos invirtiendo mucho en el desarrollo de nuestro producto, incluyendo nuevas características y la integración con las últimas tecnologías, para garantizar que nuestros clientes puedan alcanzar una excelencia operacional mediante el aprovechamiento de estas nuevas tecnologías, como la comunicación M2M y el IoT (Internet de las Cosas). Todo ello con un servicio en la nube robusto para sus procesos más críticos (“misión critical apps”).



Máximo Fernández
Project Manager



Herramientas de gestión de empleados y pymes

¿Cómo afecta al segmento de las PYMES la irrupción de herramientas de Gestión de Recursos Humanos en la nube?, ¿están estas herramientas adaptadas a sus necesidades?, ¿qué retorno de la inversión puede esperar una PYME al implementar este tipo de soluciones? Si su empresa es una pyme, ante cualquier decisión, debe recordar que sus empleados representan su activo más valioso, pero también el que representa la mayor partida de costes de su organización. Rentabilizar la fuerza de trabajo debe ser uno de los objetivos prioritarios de la compañía.

El segmento de las pymes siempre se ha considerado como el “patito feo” de las grandes soluciones de Recursos Humanos on-premise. Tanto los costes de inversión en hardware y software como las continuas actualizaciones legales que obligan a disponer de recursos técnicos especializados, han sido factores de rechazo para la implementación de las tradicionales herramientas de gestión de Recursos Humanos en pequeñas y medianas empresas.

Y, sin embargo, disponer de las soluciones adecuadas en este ámbito es clave si tenemos en cuenta que entre el 40 y el 60 por ciento de los gastos de operación se deben a los salarios, según estudios de SuccessFactors, líder de soluciones de talento en la nube. No sólo eso, sino que otro informe de Harvard Business Review concluye que los empleados de 3 de cada 5 empresas calificaron su organización como débil en la ejecución porque no son capaces de traducir la estrategia en la acción del día a día y que el bajo rendimiento de algunas empresas viene motivado por el hecho de que sólo cumplen el 63 por ciento de la estrategia de la compañía.

Cerrar la brecha entre el desempeño y ejecución conduce a un aumento del 5,5 por ciento en el tiempo sobre las prioridades estratégicas. Para una persona, eso es más de 93 horas al año, para una pyme de 100 empleados supone 9300 horas de rentabilidad más al año.

Tradicionalmente las pymes han competido en desigualdad de condiciones con las grandes compañías en áreas como recursos financieros, tecnologías o infraestructuras físicas. Una de las posibilidades de revertir esta situación es con un aumento en el rendimiento de la empresa y los empleados, para lo que es necesario aprovechar eficazmente las habilidades de los empleados y alinear los objetivos de la empresa con toda la fuerza de trabajo de la empresa.

Sin embargo, la situación real es muy diferente y así lo ponen de relieve también estudios de SuccessFactors, que indican que sólo el 7 por ciento de los empleados conocen los objetivos y estrategia de la empresa y lo que se espera de ellos a la hora de contribuir al logro del éxito de la compañía.

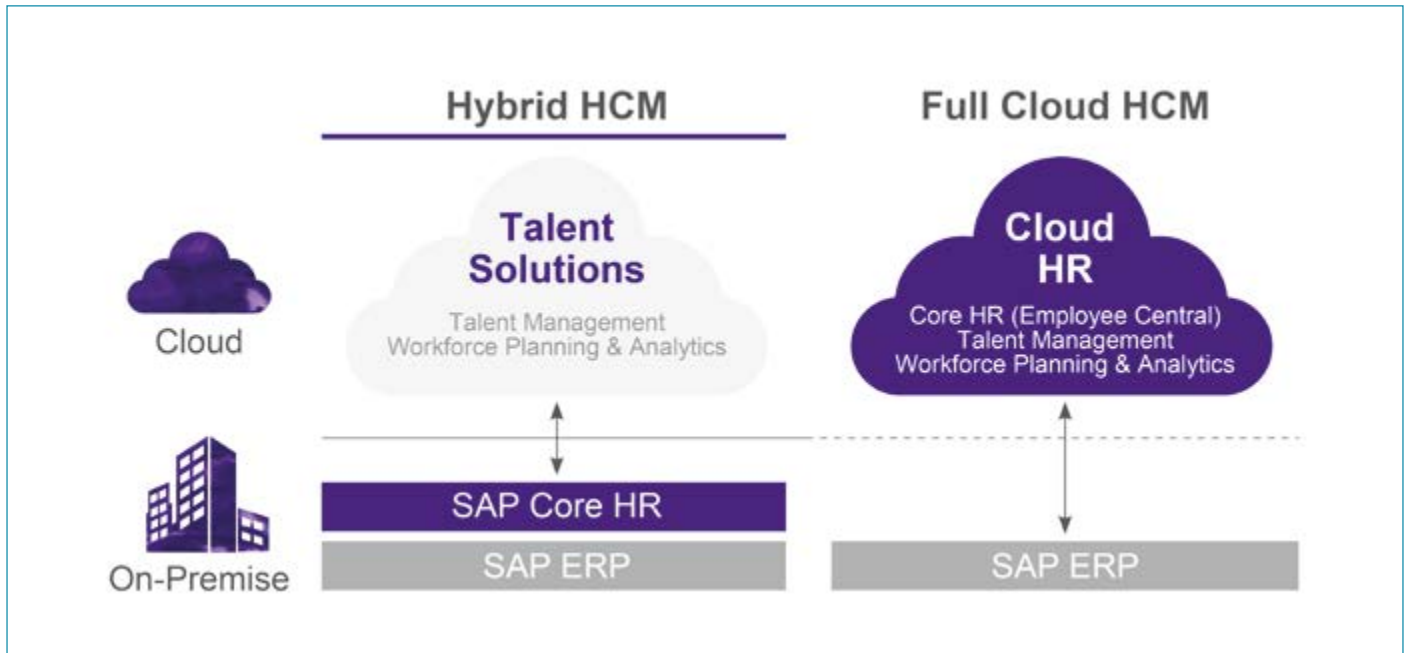
Esta afirmación evidencia que las pymes tienen un déficit en las estrategias de gestión del talento, tradicionalmente ignoradas por este segmento, y que ahora son más relevantes como palanca para aumentar la rentabilidad de la fuerza de trabajo.

Con la aparición de soluciones de Recursos Humanos en la nube como SuccessFactors, supone una oportunidad para que las pymes se pongan al día en este ámbito, ya que facilitan una reducción de costes considerable en recursos de hardware, tiempos de implementación y actualizaciones del producto.

Además, son sistemas intuitivos, que permiten gestionar fácilmente el desempeño de los empleados, vincular los objetivos de la compañía con los de los empleados, incentivar equitativamente mediante herramientas de calibración sencillas o supervisar el progreso de cada miembro de la plantilla.

Otro factor muy importante, tanto en la sociedad como en el ámbito empresarial, es el uso cada vez más masivo de los dispositivos móviles. Las soluciones en la nube, como SuccessFactors, permiten utilizar los sistemas de gestión de Recursos Humanos desde cualquier dispositivo con acceso a Internet, sin ningún coste adicional, para acceder a los objetivos de los empleados, formación, reclutamiento y cualquier otro tipo de servicio, las 24 horas del día y los 7 días de la semana.

¿Pero qué debe considerar una pyme a la hora de optar por una solución de recursos humanos en la nube como SuccessFactors?



En NGA HR hemos tenido en cuenta una serie de factores que exponemos a continuación:

Un aspecto muy importante es el crecimiento. Las decisiones relacionadas con la gestión del crecimiento de la compañía deben estar alineadas con las que se adopten sobre el talento de la compañía. Si no es así, este crecimiento puede llevar a un “atasco de recursos innecesarios” o a un “déficit de talento” que penalizarán la progresión de la empresa.

La innovación es otro de ellos. La herramienta en la nube debe promover la colaboración de los empleados empleando las herramientas que actualmente está usando la sociedad, ya que no se pueden estancar en antiguas formas de trabajo en equipo. Las redes sociales ya son una manera de vivir y trabajar como otra cualquiera y, para ello, las nuevas herramientas de gestión de RR.HH. ya disponen de este tipo de soluciones en la nube, totalmente integradas con el resto de funcionalidades, como puede ser el talento, la formación y el reclutamiento.

Desde NGA HR consideramos también un factor a considerar la eficiencia en la gestión de los presupuestos, permitiendo la implementación de procesos automatizados, de forma que puedan reducir los costes y tiempos de ciclo. Por eso, es importante que se posible acceder a la solución acceder a cualquier hora y en cualquier lugar, utilizando múltiples dispositivos, y que facilite la integración automática de los datos “core” de recursos humanos con la gestión del talento, procesos de “On boarding”, compensación basada en méritos. Con estas funcionalidades podrán obtener una visión integral del estado de la compañía y tomar decisiones de una manera más rápida e informada.

Tradicionalmente las pymes han competido en desigualdad de condiciones con las grandes compañías en áreas como recursos financieros, tecnologías o infraestructuras físicas.

Y, por último, la expansión. Si una pyme quiere ampliar sus líneas de negocio debe contar con herramientas que permitan la centralización de la fuerza de trabajo para tener una mayor visibilidad de la plantilla y fácil acceso a sus datos. Además, debe disponer de un sistema de reclutamiento que posibilite un proceso integral a la hora de gestionar el talento y tener las herramientas que le permitan conservar a los empleados mejor valorados a través de planes de desarrollo

profesional, así como ajustar la compensación en función de las condiciones del mercado, basándose en incentivos que premien al personal por sus resultados reales y promuevan su fidelización.

Según la experiencia de NGA HR en la implementación de este tipo de soluciones, los sistemas de Recursos Humanos en la nube, como SuccessFactors, cubren todos estos puntos de forma intuitiva y automatizada. Estas soluciones permiten la implementación por módulos de funcionalidades independientes pero fácilmente integrables en posteriores ampliaciones y, por tanto, son capaces de adaptarse a las necesidades de una pequeña y mediana empresa. Además, para acercarse aún más a este mercado, ofrecen un conjunto de “Mejores Prácticas” y soluciones adaptadas que permiten rápidas implementaciones, soluciones que se alejan de los largos desarrollos de los sistemas tradicionales on-premise.

En resumen, nunca hasta este momento las pymes han tenido la posibilidad de acceder al mundo de la gestión de Recursos Humanos y talento en igualdad de condiciones que las grandes empresas, ya que la eliminación de recursos especializados, la ausencia de infraestructuras y el acceso a la información de forma global les permiten competir con los mismos recursos de que dispone una gran compañía.



Gonzalo Bas
Experto de SAP en tecnología Cloud



Miguel Ángel Gómez
Experto de SAP en tecnología SAP Cloud



HANA Cloud Platform: Simplifica el desarrollo de aplicaciones en la nube

De unos años a esta parte hemos sido testigos de cómo Cloud Computing está cambiando la forma en la que desarrollamos, desplegamos y utilizamos las aplicaciones. El uso de plataformas de desarrollo en la nube ha demostrado ser el modelo ideal dejando de lado las preocupaciones y los costes de mantener tanto el software como el hardware en nuestra infraestructura.

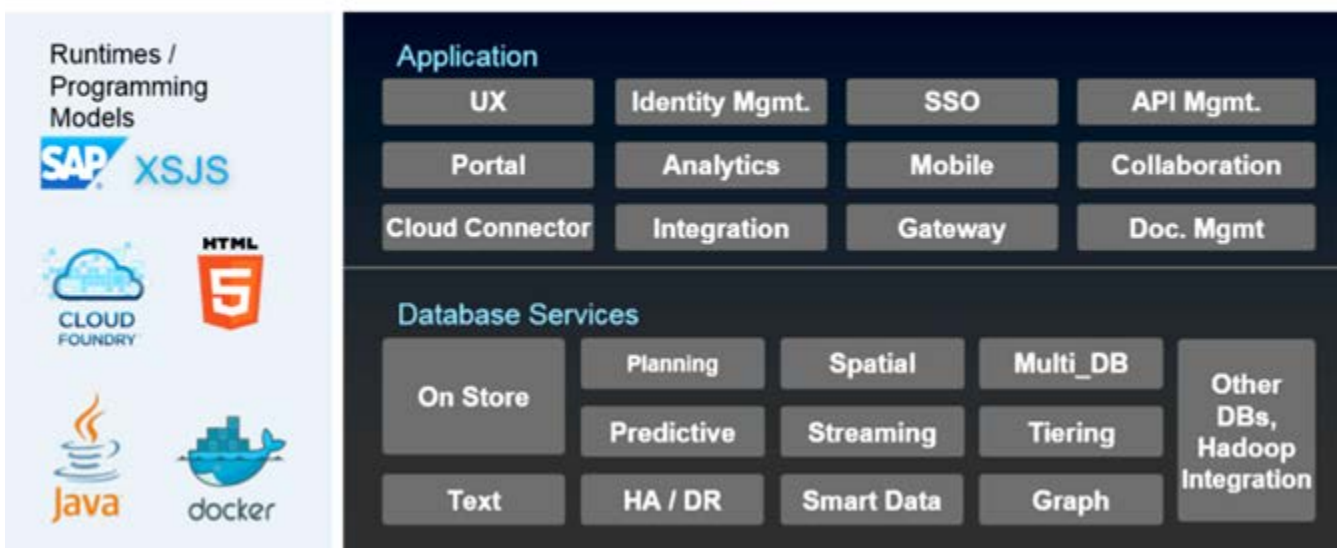
El concepto de Plataforma como Servicio (PaaS) se fundamenta en la idea de ofrecer una plataforma de desarrollo de aplicaciones donde el usuario desarrolla, administra y configura su propio software, delegando en el proveedor de la plataforma el aprovisionamiento y mantenimiento de redes, servidores, almacenamiento y demás servicios necesarios para desplegar la aplicación.

Más allá del ahorro en costes y tiempos de mantenimiento de la infraestructura subyacente, los entornos PaaS ofrecen una serie de ventajas que animan a los desarrolladores a decidirse por la

nube. Una de las ventajas más obvias reside en la posibilidad de completar los ciclos de desarrollo de forma más rápida y eficiente gracias, entre otras cosas, a entornos estandarizados y actualizados automáticamente en los que poder empezar a construir y desplegar las aplicaciones en muy poco tiempo.

Como respuesta a las necesidades del mercado, y con la visión de ofrecer mucho más que una plataforma como servicio, SAP creó HANA Cloud Platform –HCP– (<http://hcp.sap.com>), que combina toda la potencia de SAP HANA con la más completa

PaaS (SAP HANA Cloud Platform)



PaaS del mercado. El hecho de utilizar como piedra angular la tecnología in-memory de SAP HANA, provee a la plataforma con capacidades únicas y diferenciales en el mercado, combinando las funcionalidades transaccionales y analíticas de HANA, y añadiendo la posibilidad de explotar sus motores de streaming, predictive, geospatial o text mining, entre otros.

La plataforma fue creada con un único objetivo: ofrecer todas las facilidades posibles al desarrollador. Para garantizar esto se decidió dar cabida en la plataforma a estándares abiertos como los de Cloud Foundry, Docker o HTML5 entre otros, y al desarrollo tanto en local bajo un entorno Eclipse como en el propio entorno web de la plataforma, gracias al Web IDE integrado.

Además de los servicios clásicos más utilizados en el desarrollo del software, como los de persistencia, conectividad, gestión del ciclo de vida o gestión de seguridad, SAP pone también a disposición de los usuarios de HCP servicios orientados y adaptados a necesidades presentes y futuras:

HCI OData Provisioning: este servicio permite consumir de forma segura datos y lógica de negocio de SAP Business Suite como servicios OData en HCP.

SAP HANA Cloud Connector: establece una conexión segura y fiable entre aplicaciones cloud y sistemas on-premise.

Persistence Service: pone a disposición de las aplicaciones albergadas en la plataforma las capacidades de almacenamiento de las bases de datos subyacentes y su mantenimiento (backups, balanceo, etc.).

Document Service: servicio que ofrece un repositorio en el que las aplicaciones podrán almacenar información no estructurada o semiestructurada empleando el protocolo CMIS.

SAP Cloud Identity Service: contiene servicios para la gestión del ciclo de vida de la identidad, tales como login, registro, autenticación, y acceso a aplicaciones de la HCP.

Feedback Service: servicio que ofrece a los desarrolladores, clientes y partners la opción de recoger opiniones que los usuarios finales tienen sobre las aplicaciones y su analítica (evaluaciones, análisis de sentimiento, etc.).

Gamification Service: permite la introducción de conceptos de gamificación en las aplicaciones como misiones, colaboración, análisis de comportamiento, etc.

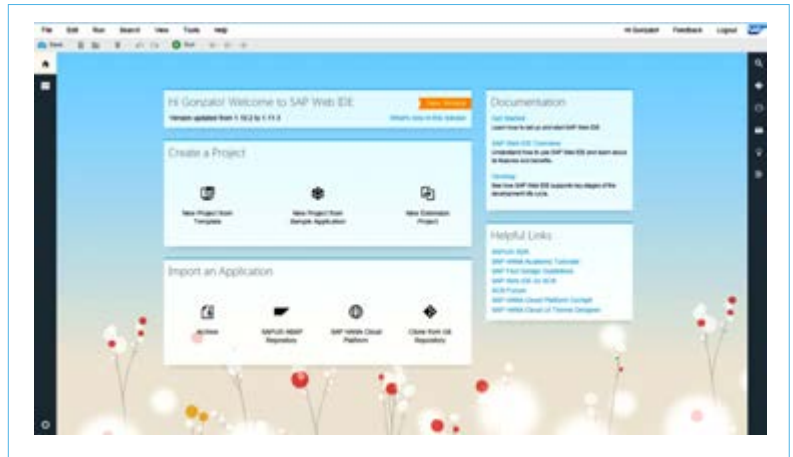
Internet of Things (IoT) Service: diseñado para facilitar y soportar la implementación de aplicaciones IoT. Ofrece interfaces para registrar dispositivos y sus tipos de datos y para la gestión y almacenamiento de mensajes de un modo eficiente.

Keystore Service: repositorio para claves y certificados utilizados en las aplicaciones de HCP.

OAuth 2.0 Service: permite autenticación y autorización en un amplio rango de escenarios web, móvil e Internet of Things bajo OAuth 2.0.

SAP Translation Hub: permite mantener textos en diferentes idiomas para los productos existentes.

Una vez desplegadas las aplicaciones es posible llevar a cabo procesos de gestión y optimización sobre éstas, como pueden ser análisis de rendimiento, monitorización o debugging y, por eso, HCP incluye también dichas funcionalidades. Además de estos servicios core de la plataforma, HCP también ofrece servicios de valor añadido como:



SAP HANA Cloud Portal: servicios de portal incluidos en la plataforma que facilitan y aceleran la creación de sites preparados para consumo multidispositivo, con soporte multilingaje y autorizaciones basadas en rol.

SAP HANA Cloud Integration: SAP ofrece en la plataforma su herramienta de integración de procesos y datos como solución para trabajar con ecosistemas híbridos en los que sistemas cloud y on-premise se comuniquen de forma transparente para el usuario.

SAP HANA Cloud Platform Advanced Analytics: desde la plataforma se podrá hacer uso de todos los servicios de análisis de datos basados en la potencia analítica y transaccional de HANA, y los servicios de visualización de datos empleando SAP Lumira como servicio.

SAP Cloud Platform Mobile Services: la plataforma ofrece los servicios de movilidad para poder desarrollar aplicaciones nativas o híbridas que se conecten con un back-end on-premise, además de un SDK con componentes, herramientas y APIs que garanticen la flexibilidad.

Finalmente, desde la propia plataforma se ofrece la posibilidad de comercializar las aplicaciones en el SAP HANA App Center (<http://www.sapappcenter.com/>), donde potenciales usuarios de éstas podrán buscarlas y suscribirse.

En definitiva, SAP ofrece una plataforma en la nube completa y sencilla, totalmente diseñada para desarrollar y desplegar mejores aplicaciones que se aprovechen de toda la potencia de SAP HANA. Para que cualquier usuario o desarrollador pueda comenzar a trabajar con toda la potencia de HCP, SAP ofrece la posibilidad de registrarse en una cuenta 'free trial' desde donde acceder a todos los recursos técnicos, tutoriales, y comunidad de usuarios (<https://account.hanatrial.ondemand.com/>).

En estos enlaces podréis encontrar más información sobre la HANA Cloud Platform:

www.sapappcenter.com
<http://hcp.sap.com>
<https://account.hanatrial.ondemand.com>
 LinkedIn – HANA Cloud Platform España



José Pablo Rodríguez
Energy & Utilities Manager
SCL Consulting



Gestión eficiente de datos energéticos en el mercado liberalizado

En los últimos meses, el mercado energético ha experimentado importantes cambios que impactan directamente en la factura de consumidores y empresas. El pasado 1 de julio, por ejemplo, entró en vigor la nueva tarifa regulada de la electricidad por horas, conforme a la cual se aplicarán distintos precios en función del momento del día en el que se consuma la electricidad, y de la oferta y la demanda del mercado eléctrico (pool). La nueva facturación afectará a los pequeños usuarios que estén dentro de la parte regulada PVPC (Precio Voluntario al Pequeño Consumidor) y no han optado por el mercado libre. Es decir, la mayor parte de los hogares españoles.

Hasta el año pasado, el Gobierno calculaba parte del precio del kilovatio (descontadas la parte de impuestos y peajes fijos) basándose en las subastas entre las compañías eléctricas, que determinaban el precio de la electricidad para el siguiente trimestre. A partir de ahora, en la web de Red Eléctrica de España (REE) se podrá consultar diariamente el precio del kilovatio-hora, con 24 precios diferentes correspondientes a cada hora de día.

Para poder aplicar esta facturación por horas, los consumidores deberán tener además instalado –y conectado a la red– uno de los nuevos contadores inteligentes. Según la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), la sustitución de los contadores tradicionales por contadores inteligentes alcanzaba a finales de 2014 los 12 millones de unidades (un 43 por ciento del total previsto). La fecha tope para que todos los contadores de los consumidores con tarifa regulada sean digitales e inteligentes, es diciembre de 2018.

Otro frente abierto en el mercado eléctrico es el de las fuentes renovables, con normativas pendientes como la venta al sistema de la energía no consumida por parte de los pequeños productores que tienen instalaciones fotovoltaicas para autoconsumo. En cualquier caso, el objetivo europeo de alcanzar una cuota del 20 por ciento de renovables sobre el consumo total de energía para 2020 parece, hoy por hoy, bastante lejano.

REDUCIR COSTES Y APROVECHAR LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Para los consumidores, calcular la tarifa más beneficiosa o los costes directos e indirectos de cada franja horaria no es una tarea sencilla. Para las compañías suministradoras de electricidad y gas y los nuevos operadores del mercado liberalizado, la gestión de los grandes volúmenes de datos generados también puede ser un proceso complejo y propenso a errores.

Con el objetivo de ayudar a las empresas de gas y electricidad a gestionar eficazmente todos los procesos de negocio, operaciones y servicios a los clientes, SCL ha desarrollado una innovadora solución basada en el potente planificador de recursos empresariales SAP ERP y en el vertical SAP IS-U.

La solución abarca el ciclo de vida completo de la gestión de datos energéticos, que incluye creación de datos maestros y la carga y almacenamiento en el repositorio de datos a la verificación de medidas, gestión de perfiles, cálculo de fórmulas, procesamiento de datos energéticos (cálculos complejos, balances y liquidaciones) y archivo de datos de medida.

El repositorio de datos energéticos (EDM) contiene información valiosa y variada, como la relativa a los cambios individuales o masivos, la sustitución de huecos, los estados de cada cliente y la definición de perfiles, etc. En cuanto a las fórmulas, aspecto clave como veíamos en el cálculo de la nueva tarifa por horas regulada,



se tienen en cuenta los algoritmos de cálculo para cada cliente, cualquier tipo de jerarquía y los procedimientos de gas especiales.

La gestión de la facturación se convierte así en un proceso sencillo y adaptable, en el que quedan incluidos procesos como la definición y mantenimiento de datos maestros tarifarios; el mantenimiento de precios, descuentos, recargos, o la facturación de cuotas fijas, alquileres, curvas de carga, servicios adicionales, etc. Permite además la facturación en diferentes modalidades (periódica, por adelantado, de cálculo final, cuotas fijas, recalculation, recalculation variable...).

Respecto a la atención al cliente, la solución desarrollada por SCL resuelve procesos críticos como los cambios de datos bancarios, la entrada de resultados de lectura, la gestión de reclamaciones o las llamadas al servicio de soporte. La personalización que se consigue de este modo, contribuye a mejorar el servicio prestado y a ganar la fidelidad de los clientes satisfechos.

Con esta herramienta, las empresas que operan en el mercado energético liberalizado mejoran su capacidad para comunicarse con los distintos agentes, y pueden automatizar y controlar fácilmente procesos de negocio en principio complejos. Además, la herramienta les permite configurar los escenarios del mercado liberalizado de acuerdo a las necesidades de distintos usuarios y a la cambiante legislación en este ámbito. El resultado es una importante reducción de costes, al modelar eficientemente los distintos procesos en los

que intervienen cada uno de los agentes del mercado liberalizado.

Recientemente, SCL ha trabajado junto a una de estas nuevas comercializadoras que basa su atractivo para los clientes en los significativos ahorros que consigue respecto a las compañías tradicionales. Esta compañía ha implantado SAP IS-U y otros módulos de SAP como "Credit Management", que les permite realizar la valoración de los clientes antes de darlos de alta, agilizándolo el proceso sin exponerse a riesgos.

Con el nuevo sistema, la empresa disfruta de una única versión de los datos, junto a un potente y flexible sistema de facturación con el que puede hacer frente a los cambios normativos y en el mercado. Por otro lado, la plataforma de SAP es capaz de integrar todos los nuevos servicios que los clientes demandan, contadores inteligentes y aplicaciones móviles.

Como solución estándar del mercado para las medianas y grandes empresas energéticas, SAP IS-U ayuda a gestionar en tiempo real y de forma integrada toda la cartera de productos, para ofrecer a los clientes productos complejos en el momento oportuno, antes de que se vayan con la competencia. Facilita también la optimización en la gestión de curvas de energía, aprovechando al máximo las capacidades de los nuevos contadores inteligentes. Finalmente, permite realizar un reporting de última generación, analizando al detalle la rentabilidad y segmentación de los clientes para optimizar los resultados globales del negocio.





Facundo Sánchez
Responsable de HCC en España



Retención del talento a través del salario emocional

El mercado español se encuentra en una situación de revolución en lo que se refiere a temas relacionados con el talento. Dada la tímida activación de la economía nacional, el talento está siendo el protagonista en este momento.



Desde el año 2008 se han perdido alrededor de 3,6 millones de puestos de trabajo y desde la “recuperación” llevamos restablecidos unos 400.000, lo que significa que hay mucho por recorrer aún. Lo cierto es que este pequeño movimiento positivo nos hace sentir la necesidad de retener a nuestros trabajadores ante tanta oportunidad disponible en el mercado. Hoy podemos afirmar que los trabajadores que han pasado la crisis cuidando su puesto de trabajo, aun no sintiendo placer al ir a la oficina todos los días, están en días perfectos para dar el salto y buscar nuevas pasiones.

Muchas de las empresas que visitamos en el día a día todavía no son conscientes de este movimiento, o más bien son cons-

cientes pero no están efectuando ninguna acción para minimizar los impactos. Tal vez ya sea tarde para hablar de actividades de índole proactiva, si hablamos de retención del talento, pero sí que estamos seguros de que aún no es del todo tarde para comenzar. Organizaciones que no conocen a sus trabajadores, no conocen a sus talentos ni tampoco tienen identificados sus puestos claves en la organización, navegan con un alto riesgo de perder a sus recursos más valiosos y con ello aumentar costes, que se resientan sus actividades, etc.

Cuando se genera este tipo de “microclima” dentro de la organización, por lo general, termina con una salida clave que provo-

ca un efecto dominó. Es decir, el primer recurso clave (líder, y entiéndase por líder una persona influyente, no necesariamente un jefe) arrastra la salida de dos o tres personas que se mantenían en la organización por dos cosas:

- 1) Cuidaban su puesto de trabajo ante la crisis.
- 2) Estaban aferrados a una persona por la cual se sentían reconocidos y trabajaban a gusto. Al no contar más con esta persona, prefieren salir de la organización.

Es aquí cuando las organizaciones o departamentos caen en la cuenta de que el dinero no lo es todo, que las personas ya no se conforman con el aumento del salario y buscan el reconocimiento, asumir nuevas responsabilidades, feedback activo, la posibilidad de crear y dejar sus huellas personales en la empresa.... todo esto es a lo que llamamos el **“Salario emocional”**.

EMPLEADOS CLAVES, PUESTOS CLAVES

Que una persona ocupe un puesto clave de nuestra organización, ¿le convierte en un talento o un trabajador clave? Si usted ha sido capaz de responder a esa pregunta, teniendo en cuenta todos los casos de su departamento u organización, ¡felicidades! La realidad es que la mayoría de nosotros no tenemos esa información disponible de manera clara y visual al alcance de la mano, nos lleva mucho tiempo poder recopilarla y siempre tendrá un punto de vista muy subjetivo al respecto. **SuccessFactors** se encarga de acercar esta información a los líderes de la organización de manera simple, rápida y de una manera muy simple de entender. Es por esto, entre otras ventajas, que esta plataforma se posiciona como el líder de mercado en cuanto a soluciones **Cloud de Recursos Humanos**.

RETENCIÓN DEL TALENTO

¿Podría haberle retenido? Sí, si hubiera sabido cómo hacerlo. Averiguar cómo se origina el compromiso de un empleado es complicado debido a la naturaleza subjetiva de este sentimiento. El compromiso es una decisión absolutamente personal y por suerte todos somos diferentes, como también lo son las circunstancias en las que nos encontramos. A través de ciertos experimentos que se han realizado, se ha confirmado que la motivación intrínseca se asienta sobre tres pilares básicos:

- 1. Autonomía:** conseguir la flexibilidad suficiente como para sentir que tenemos el control de nuestras vidas, nuestras decisiones y nuestro trabajo.
- 2. Maestría:** tener la posibilidad de alcanzar el dominio y la excelencia en las tareas que realizamos.
- 3. Propósito:** entender que nuestra función es parte de un plan y que somos una pieza importante en él. Comprender el significado de por qué hacemos lo que hacemos.

A la hora de motivar a nuestros empleados, ¿estamos teniendo en cuenta estos factores? Muchas empresas no. Enfocan el compromiso a los incentivos económicos. El dinero es un motivador, sí, pero sólo en el sentido de que hay que pagar al empleado lo suficiente como para que no se preocupe por él. Ahora lo que cuenta es lo que llamamos **“salario emocional”**, donde



se incluyen aspectos como la flexibilidad y otro tipo de incentivos no económicos.

Por otro lado, es habitual pensar que la retención del talento es un asunto exclusivo del departamento de Recursos Humanos. Se subestima el potencial de los líderes, colocados en altos puestos y mandos intermedios, para generar compromiso en sus equipos. Muchas veces estos líderes están muy cualificados en su área de conocimiento, pero no poseen las capacidades ni la inteligencia emocional necesaria para dirigir equipos. No comunican suficientemente bien cuál es la misión de la empresa ni el propósito del trabajo que realiza su equipo y desatienden las necesidades que tienen los empleados de seguir formándose y progresar en su carrera profesional. Se olvidan de que no se deja un empleo, se deja a un jefe.

MEJORA CONTINUA

¿Se puede cambiar esta situación? Sí, y no cuesta tanto. Para comenzar, lo primero es ser consciente y querer cambiar las cosas, se puede empezar hoy mismo. Sin elaborar grandes planes, sólo con pequeños pasos que irán generando una reacción en cadena. No intente cambiar todo de golpe porque no funcionará. Sus pequeñas acciones marcarán la diferencia si las enmarca en un proceso de mejora continua donde planifica, actúa, comprueba y ajusta a diario.

Puede actuar en varios ámbitos, desde mejorar el clima laboral a revisar la política de incentivos para dirigirla a ese **“salario emocional”** que es tan importante. Empiece por observar, preguntar y escuchar a sus empleados. Implíquelos en la estrategia de la empresa y en la meta de conseguir un mejor lugar de trabajo, porque es cosa de todos.

Deje que se diviertan: liberarán el estrés, mejorarán su capacidad creativa ante los problemas y conseguirá que lleguen al trabajo con una sonrisa cada día. Deles un propósito y reconozca cuando hacen las cosas bien (Feedback). Si lo piensa bien, son muchas las cosas que se pueden hacer con muy poco esfuerzo para abrir la puerta a una **cultura del compromiso**.



Julián Romero
Business Consulting Manager en
Techedge España



Vistex: el camino a una gestión comercial eficiente

En un entorno de ventas y gestión comercial altamente competitiva, y con condiciones cambiantes, disponer de herramientas que faciliten su gestión es clave para el éxito y diferenciarse de la competencia. Con la funcionalidad que proporciona Vistex, las empresas lograrán una simplificación notable y se gestionarán las oportunidades comerciales de modo óptimo generando beneficios inmediatos.

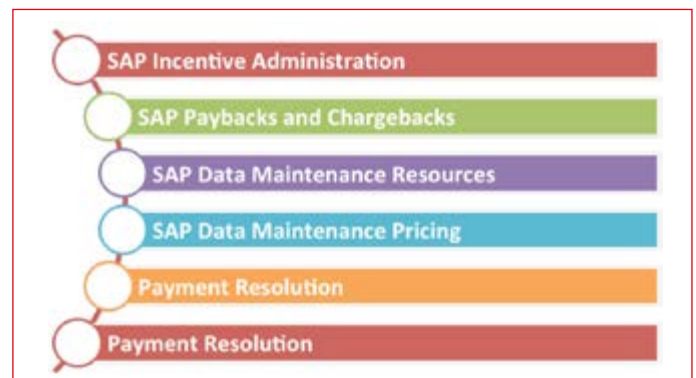
De la solución SAP Vistex cabe destacar las ventajas comparativas en lo que se refiere a costes de gestión, minimización de tiempos en la gestión y una mayor flexibilidad en la operativa comercial nunca antes vista.

Hasta la aparición de esta solución, la cobertura de los procesos empresariales del área comercial era excesivamente rígida e implicaba la generación continua de desarrollos a medida que se debían adaptar constantemente para encajar con las necesidades de negocio. En este sentido, la integración nativa de Vistex con SAP Business Suite permitirá una funcionalidad plenamente configurable que logrará una orientación directa hacia el mercado.

Para lograr esta alineación entre el mercado y Vistex será necesario responder a preguntas como:

¿Disponemos de trazabilidad y un buen gobierno de la evolución de nuestros precios?, ¿conocemos quién nos compra y a quién compramos qué productos?, ¿nuestra organización es ágil generando nuevas promociones?, ¿disponemos de detalle de la evolución de los incentivos al personal interno y externo?, ¿cómo gestionamos el comportamiento de nuestros interlocutores en las acciones de compra y venta?, ¿conocemos el grado de cumplimiento de los objetivos de clientes y comerciales?, ¿nuestro negocio dispone de independencia de IT para adaptarse a las nuevas necesidades?

Las respuestas a estas preguntas nos llevarán a la definición de un modelo que dará plena cobertura a los procesos comerciales de su organización y posibilitará abarcar una creciente gama de productos y servicios, pudiéndose personalizar e individualizar. De este modo, en función de las diferentes necesidades de cada organización, se podrán activar las siguientes funcionalidades:



- **Gestión de incentivos eficaz**

Gracias a su integración nativa con SAP Business Suite, SAP Incentive Administration by Vistex permitirá administrar, modelar y analizar cualquier programa de incentivos por complejo que sea, como comisiones por venta, incentivos, bonus, devoluciones o derechos de pago.

- **Solución a la problemática de las devoluciones**

SAP Paybacks and Chargebacks by Vistex ampliará la funcionalidad de SAP Business Suite y permitirá una optimización notable en la gestión de las devoluciones. Así, se reducirán los costes de recuperación y se incrementarán los márgenes de beneficio. Más en detalle, esto se logrará gracias a una mejora de la visibilidad y la automatización de procesos complejos que proporcionará una trazabilidad auditable de la información.

- **Repositorio único de información**

Ampliará notablemente la funcionalidad para el mantenimiento de la información de productos, clientes y proveedores. Gracias a un look&feel atractivo para el usuario, se centralizará la información en un único repositorio y se minimizarán los errores

manuales. Más en detalle, se facilitarán reglas de validación y control que permitirán realizar actualizaciones masivas.

• **Control y seguimiento sobre la evolución de precios**

Proporcionará una robusta solución para la gestión de precios en la que se reflejará desde el acuerdo inicial hasta el análisis desde el punto de vista compra-venta. La administración dentro de nuestro ERP permitirá una administración simple gestionando acuerdos y precios. Un look&feel agradable e intuitivo para los usuarios permitirá ajustar precios sin retrasos, pudiendo automatizar su mantenimiento.

• **Optimización de los procesos de pagos**

Permitirá una gestión del efectivo y una reconciliación eficiente dentro de nuestro ERP, independientemente de la complejidad o los volúmenes de pagos a realizar. Vistex Payment Resolutions permitirá importar BAI2 file/EDI/IDOC dentro de nuestro sistema e identificar a que partidas abiertas se corresponde verificando por cliente, documento, cuenta, límites de tolerancia, etc. Las conciliaciones se podrán automatizar o previsualizar para su revisión.

• **SAP HANA**

Gracias a la mejora tecnológica que nos proporciona SAP HANA, será posible realizar análisis en tiempo real de la evolu-

ción de nuestra organización. De este modo, Vistex ha adaptado su funcionalidad para optimizar su funcionamiento con las nuevas posibilidades que ofrece SAP HANA.

La integración nativa de Vistex con SAP Business Suite permitirá una funcionalidad plenamente configurable que logrará una orientación directa hacia el mercado.

Por tanto, para alcanzar una gestión comercial óptima será de gran utilidad la utilización de una herramienta como Vistex, totalmente embebida en SAP Business Suite para hacer posible una gestión integrada de nuestros procesos logísticos y comerciales y su correspondiente impacto en el área económico-administrativa y financiera. De esta manera, se dispondrá de una visión en tiempo real y con trazabilidad completa que permitirá un análisis sobre la evolución de nuestras estrategias comerciales.

Según el Benchmarking realizado en los proyectos ejecutados, el impacto sobre la operativa diaria ha alcanzado una disminución de un 40 por ciento de los tiempos de tramitación documental, corrección de errores y la ocupación del

equipo, lo que genera una mejora notable en la obtención de información en tiempo real de calidad y fiable sobre un gran volumen de operaciones diarias.

El camino a una gestión comercial óptima con Vistex es una apuesta segura.





Damián Reyes Díaz
Consultor Senior Soluciones ERP



Retos de gestión que soluciona SAP S/4HANA

SAP S/4HANA incluye funcionalidades que ayudan a las empresas a encarar los nuevos desafíos de la gestión empresarial, como la internacionalización, optimización y simplificación de los procesos, aumento de la productividad. Hacemos un recorrido a las ventajas competitivas que aporta la plataforma de negocio, ejemplificando con el sector de Alimentación y Bebidas.

Actualmente uno de los retos de las empresas españolas y mientras dure el proceso de ajuste de la demanda interna es la internacionalización. Una decisión empresarial que depende de un amplio conjunto de variables y de factores de producción como el tamaño de la empresa, el capital humano o la adopción de tecnologías que faciliten su gestión y aumenten su productividad.

Afortunadamente, la economía española cuenta con muchas empresas con una probada capacidad de competir en los mercados internacionales y con mayor potencial de crecimiento, como las del sector de Alimentación y Bebidas, cuyo volumen de actividad de negocio en la última década ha pasado de un 13,7 al 22,5 por ciento, lo que supone un 16 por ciento del total de las empresas manufactureras. El nivel de exportaciones del sector aumentó un 5,9 por ciento con respecto a 2013 y el crecimiento del empleo se aproxima a un 2 por ciento. A pesar de su atomización, la industria de Bebidas y Alimentación en España está en la cuarta posición del ranking europeo, según datos del año 2014 extraídos del Informe económico del FIAB.

En este escenario es donde la tecnología puede ofrecer a las empresas un efectivo ahorro de costes y una eficiente optimización de todos sus procesos a través de la implantación de soluciones innovadoras. El porfolio de SAP incluye un conjunto de soluciones y tecnologías que cubren todas las necesidades de un sector como el de alimentación y bebidas, inmerso en un proceso de renovación continua. Por otro lado, Tecnocom es partner de

referencia de SAP a nivel global, fundamentalmente en España y Latinoamérica, donde cuenta con 600 consultores para la línea de negocio ERP que realizan proyectos de valor para las empresas apoyados por las soluciones de innovación de SAP; como referencia, ha implantado más de 20 soluciones de SAP sobre HANA en los últimos años.



Cualquier empresa que se plantee tanto acometer un proceso de internacionalización como crecer en tamaño o volumen de facturación, seguirá necesitando por un lado las soluciones tradicionales de SAP, es decir, los transaccionales como ERP, CRM o SRM que proporcionan cobertura a los procesos core del negocio como los financieros, los de recursos humanos, ventas, expediciones o producción. Hablamos de soluciones típicamente on-premise que permiten un ahorro de costes al mismo tiempo que optimizan y hacen más eficientes los procesos y que, además, cuentan con el valor añadido de permitir una mejora continua sobre estos sistemas, optimizándolos y adaptándolos

según la legislación existente en cada país.

Contar con un socio tecnológico como SAP es apostar también por nuevos conceptos como la Movilidad, Big Data o Cloud que permiten a las empresas de este sector adaptar sus procesos de negocio y obtener ciertas ventajas competitivas. Aquí hablamos de productos y soluciones con un enfoque típicamente on-demand y que, lejos de sustituir los sistemas tradicionales, los complementan. En esta línea, SAP ofrece S4HANA, SAP Fiori, C4C o Analytics.

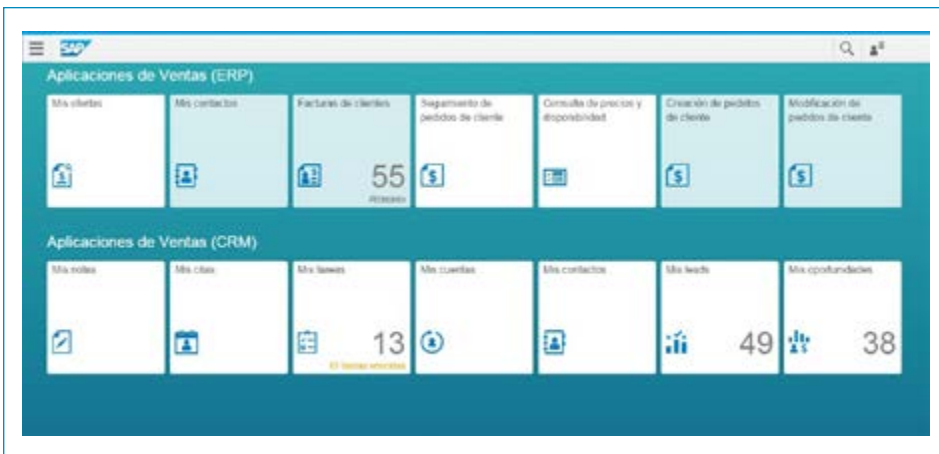


Ilustración 1 SAP Fiori Launchpad: algunos ejemplos de aplicaciones del ciclo de venta.

En relación con los procesos ERP, cabe destacar la nueva plataforma de negocio SAP Business Suite 4 SAP HANA (SAP S/4HANA), construida sobre tecnología in-memory, tanto por su alta capacidad de procesamiento de información como por el hecho de que permite simplificar el modelo de datos del sistema mediante la eliminación de información redundante.

El gran reto del sector de Bebidas y Alimentación es vender un amplio porfolio de productos a una cartera de clientes diversificada, muy atomizada y que, además, está distribuida por todas las regiones con diferentes perfiles de consumo. En este sentido, SAP HANA ofrece grandes posibilidades para el análisis de datos. Esta plataforma permite recabar información en los puntos de venta, datos que muchas veces se encuentran en poder de terceros como distribuidores o empresas de servicios. Esto pone de relieve la importancia que tiene para estas empresas conocer a sus clientes para así poder adaptar sus estrategias u objetivos de venta.

Por otro lado, las nuevas herramientas de productividad como SAP Screen Personas y SAP Fiori proporcionan una experiencia de usuario mejorada mediante interfaces simples, intuitivas y personalizables. Por ejemplo, SAP Fiori ofrece un conjunto de aplicaciones accesibles desde múltiples dispositivos, con máxima conectividad con el backend y fácilmente adaptables, ya que es posible extenderlas incorporando cambios funcionales propios de cada compañía. Su arquitectura emplea SAPUI5, el cual a su vez se basa tecnologías abiertas y en estándares muy extendidos en el mercado como HTML5 y CCS3.

Las herramientas de movilidad permiten grabar pedidos, capturar datos, compartir información con terceros o conectarse directamente al ERP no sólo para analizar información, sino también para tomar también decisiones rápidas desde el propio punto de venta. Esto, sin duda, permite a las empresas del sector mejorar la productividad de su plantilla comercial o fuerza de ventas.

Uno de los factores que más han contribuido a la mejora significativa de la productividad ha sido el despliegue de la tecnología 4G, que ha permitido elevar la velocidad de transferencia de datos

y ha aumentado el porcentaje de usuarios con cobertura en todo el territorio nacional. Asimismo, esta tecnología ha contribuido a la evolución de los terminales móviles, dispositivos con una gran capacidad de almacenamiento y procesamiento de datos, a lo que se suman una máxima conectividad y una amplia variedad de tamaños y resoluciones de pantalla que cubren cualquier necesidad.

Para complementar las soluciones típicamente online como SAP Fiori, existe un amplio catálogo de aplicaciones out-of-the-box para plataformas Android e iOS que cubren todos los procesos típicos de la empresa. Estas

soluciones resuelven necesidades concretas y ofrecen un ROI muy rápido, con la ventaja adicional de no tener que realizar grandes inversiones. Aquí se incluyen las aplicaciones como SAP BO Mobile que permiten gestionar informes directamente desde dispositivos móviles.

Una gran parte de las grandes empresas utilizan con éxito estas tecnologías. Sumarse a esta lista implica definir claramente una estrategia en movilidad, lo que es en sí mismo un reto importante que involucra un cambio tanto en la manera en que los usuarios interactúan con los sistemas corporativos como en la forma de trabajo tradicional. Nuevas políticas como BYOD (Bring Your Own Device) y BYOT (Bring Your Own Tools) representan un desafío importante a la hora de controlar y gestionar el acceso de los dispositivos a información corporativa sensible por lo que, sin duda, justifican la implantación de un sistema de gestión de dispositivos MDM (Mobile Device Management) como SAP Afaria.

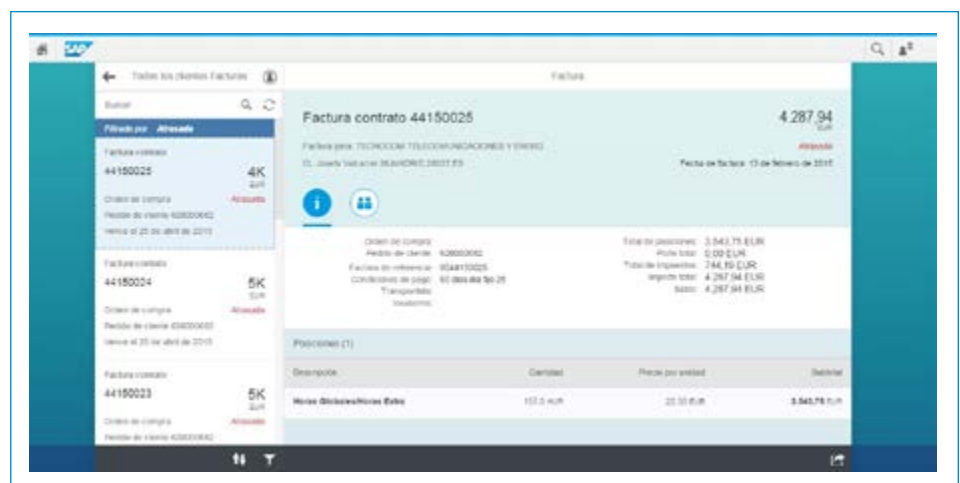


Ilustración 2 Visualización de factura en SAP Fiori.

Como conclusión, podemos decir que SAP tiene la capacidad para afrontar los nuevos retos de la gestión empresarial con la actualización de su ERP. Como hemos visto, la nueva plataforma SAP S/4HANA proporciona soluciones y tecnologías para el análisis de datos o la movilidad que, a su vez, permiten un significativo ahorro de costes y una mejora de la productividad de los usuarios con soluciones fáciles de implantar, flexibles y que proporcionan un ROI rápido.



Helmar Rodriguez Messmer
Design Thinker



Ignacio González García
Ingeniero de Caminos y Doctor en Psicología

Innovación: el Sabor de la Singularidad y la Individualidad

No te rindas nunca si quieres volver a casa.

Confucio

LA PREGUNTA

El colegio y la Universidad nos enseñaron a responder preguntas. Saco del baúl de los recuerdos a un superviviente que fue más sorprendente que molesto: “Está nevando. Una máquina quitanieves que sale a medianoche despeja en la primera hora cuatro kilómetros de carretera y en la segunda, dos. ¿A qué hora empezó a nevar? Era un supuesto inexistente con respuesta existente. Los maestros zen hacen, por el contrario, preguntas paradójicas, sin respuesta determinada, que obedece a otras leyes menos lineales y que llaman **koan**. Dando una palmada, Hakuin Ekaku preguntaba: ¿cuál es el sonido de una sola mano?

Con distintos tipos de preguntas se forjan las mentes y se crean ingenieros, maestros zen, juristas. La cuestión que abordamos es si existen preguntas adecuadas para formar innovadores.

¿Qué tipo de preguntas hace o se hace el lector cuando quiere un cambio? Muy probablemente serán preguntas del tipo: ¿qué hacer?, ¿cómo hacer que suceda esto o aquello?, ¿qué quieren a cambio de...? Con las opciones seleccionadas consultará a los Departamentos de Finanzas y de Marketing o con la almohada: ¿cuándo?, ¿cuánto?, ¿dónde?, ¿con qué ayudas? En definitiva, el sólido enfoque con el que nos han formado.

Sócrates, antes que nadie, preguntaba ¿qué es esto? Esa pregunta que cava hacia dentro y busca la **esencia** de la verdad o la belleza en el mundo. Los filósofos y científicos que le siguieron cogieron aquel tranquilo y le imitaron en todas las disciplinas, en la Filosofía Natural y, luego, en la Física ¿qué es un agujero negro?; en la Psicología ¿qué es la mente?, ¿qué es el Inconsciente?, etc. En cualquier otra disciplina más de lo mismo. Interrogar el “qué” de las cosas, su fondo. Es la pregunta del filósofo.

Parece admirable esta voluntad de conocer con precisión, aunque no dejamos de barruntar que este procedimiento es más útil para conocer lo inanimado que lo vivo, lo inmóvil que los procesos. Pero, en el fondo, es una cuestión de poder.

Con Platón, el filósofo era el que sabía las respuestas correctas y los demás permanecían ignorantes porque confundían la verdadera idea con las meras apariencias. El filósofo, por saber más que los demás, debía ser poderoso. Sus herederos, los científicos, pretenden saber qué es una buena base de datos para las necesidades del cliente de hoy o qué demandarán los clientes el próximo año o qué debería contener el programa del partido que gane las elecciones. ¿Qué?...¿Qué?

Cuando queremos determinar las nuevas versiones de un producto o las nuevas estrategias comerciales o los nuevos sitios de veraneo, buscamos direcciones, cuantificamos. Las preguntas del decisor son otras muy diferentes: ¿hacia dónde vamos? O quizás ¿cuánto vamos a viajar? Son preguntas que se apartan de la esencia y se vuelcan en la radical practicidad del valor de uso.

La belleza la verdad o la justicia son eternas, pero sus clientes y sus prácticas cambian, sus colaboradores cambian, los problemas cambian. Hay que cambiarla pregunta si queremos innovar. ¿Cuál es la pregunta del creador?

SINGULARIDAD E INDIVIDUALIDAD

Gilbert Simondon (1924-1989) fue un influyente filósofo de la técnica y la tecnología. En el año 1964 publicó la primera parte de su tesis doctoral “La individuación a la vista de las nociones de forma y de información”. Hasta ese momento la pregunta sobre la individuación había sido realizada al modo griego ¿Qué es lo que hace a algo, un individuo, distinto a los demás?

Piense el lector en sí mismo o en uno de sus hijos o si es un friki, en un producto tecnológico y hágase la pregunta ¿qué le hace a ese ser verdadera y totalmente distinto? Es difícil pero puede hacerse como lo hizo Carlos Eleta Almarán (Dartañan), en la “Historia de un amor”, tras la muerte de la mujer de su hermano. “Es la historia de un amor. Como no hay otro igual. Que me hizo comprender. Todo el bien, todo el mal”.

El modo clásico de pensar sobre lo que hace a alguien individuo, singular, especial y único consiste en poner lo estudiado como existente y pensar luego al modo socrático, identificando sus propiedades, comprobando si son únicas. Siguiendo esa estrategia los individuos pensados ya son previamente seres. Ya están previamente. Pensamos en aquello que hace singular, individual, a un iPad o al amor de nuestra vida, pero eso, lo analizado debe estar, previamente, definido e identificado ante nosotros.

No es, por tanto, buena forma para pensar en lo nuevo, en la innovación, ya que aquí necesitamos pensar en lo que todavía no es. Una innovación no surge de la nada, ni por mera combinación. Existe un potencial, una diferencia, disparition lo llaman los franceses, entre dos órdenes de magnitud; la enfermedad del paciente y un tipo de hongos, entre un ser que se arrastra por el suelo y uno que vuela por el aire, entre las personas aisladas y las personas comunicadas. El innovador debería pensar en:



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.

- a) las condiciones que hacen posible la creación,
- b) en la fisura, en el límite, peras, entre lo que todavía no es individuo y lo que ya lo es, y
- c) en el principio de individuación.

Lo que existe antes de un nuevo individuo no es lo posible, sino lo potencial. Lo posible es mera negatividad. Es posible que su empresa se dedique a partir de mañana a construir lanzas y a regalarlas pero, siendo posible, no va a suceder. El lector y su empresa son lo que eran y en el presente se ha contraído el pasado creando las opciones de lo que va a suceder mañana. Lo que hoy hay es lo potencial de lo que sucederá mañana y la novedad se produce en la fisura que existe en cada decisión actual.

El mérito de Simondon para los filósofos es que distinguió firmemente la **singularidad de la individualidad**. Mostró que existe una situación previa a la invención, la actual, que es meta-estable, que se puede reconocer en sí misma y es pre-individual. Previa al individuo, a lo que quiere ser, existe un conjunto de singularidades, de disparidades. Previamente a la innovación existen singularidades. La misión del innovador es conseguir, en la fisura, la organización entre órdenes de realidades dispersas.

Demasiada filosofía seguida. Vamos a pensar de forma con algún ejemplo.

FISURAS ENTRE LA PRESENCIA Y LA AUSENCIA

En las tribus primitivas la diferencia entre tener comida y no tenerla, era la diferencia entre la presencia y la ausencia. Es el mismo tipo de diferencia, necesítandolo, que la que existe entre tener trabajo y no tenerlo. Esas diferencias son el lugar del no ser en el interior del Ser. Son grietas. La diferencia entre tener una piel luminosa o no, o entre poner botánicos en el gin-tonic o no, no son grietas, sino trazos, falsas carencias y por instalar la codicia en los trazos hemos acabado agrietando el mundo.

Ivo Andric recibió el Nobel de Literatura (1961) tras la publicación de "Un puente sobre el Drina" (1945). La trama se desarrolla en la ciudad de Višegrad donde se levantó el puente Mehmed Paša Sokolovic sobre el río Drina. Cuenta la historia de un niño serbio que fue entregado como parte de un tributo, devirme, para ser educado como jenízaro en Estambul. Durante toda su vida, ascendiendo paso a paso en la Corte, recuerda el momento en que cruzó el Drina, el lugar hasta el que podían acompañar las madres a sus hijos entregados como esclavos. Cuando a los sesenta años llega a ser Gran Visir, manda construir un puente que uniera los dos mundos. Así hizo posible la ilusión de que padres e hijos guardaran la esperanza de reencontrarse. Convirtió la grieta en fisura. La fisura es la patria de la esperanza.

Un puente de esa magnitud no es fácil de hacer. Cuenta el libro la leyenda del origen de la capacidad de construirlo.

Parece que cuando Dios creó el mundo, el poeta lo denomina Al-I h, lo hizo llano. El Diablo, envidioso de la humanidad, quebró con sus garras la superficie, llenándola de barrancos para impedir que las personas se comunicaran entre ellas y fueran felices. Las familias desesperadas, separadas, se llamaban entre sí. Compadecido el Creador de ellos y no pudiendo ya cambiar el mundo envió un ángel. El ángel tendió sus alas cruzando el barranco. Un niño vio esa forma. Nació el primer ingeniero.

Quizás ocurriera así, pero fue una bella forma que hizo pensar a quien tiene que pasar por el trago -para alcanzar el arte de encontrar las formas debidas-, de resolver problemas de quitanieves.

Hoy la técnica nos permite no sólo conectar orillas sino situar a cada objeto en posición de ser interpelado para que haga algo. Lo llamamos Internet de las cosas. El ser humano se sitúa a sí mismo, y paga por ello, conectándose permanentemente a las redes sociales, en situación de ser interpelado, porque quiere situar a los demás en esa misma situación.

De nuevo, ¿cómo llegamos al puente?, ¿cuál es la pregunta del innovador?

La pregunta del innovador proviene de otras latitudes: **¿Quién?**

EL MÉTODO DE DRAMATIZACIÓN

En el año 1966 en una sesión de la Sociedad Francesa de Filosofía celebrada en el auditorio Michelet de La Sorbona presidida por Jean Wahl, su presidente, los mejores filósofos de Francia se pusieron sobre la mesa que la pregunta ¿Qué es? es la pregunta de la contradicción y es que ella misma nos lleva a contradicciones inextricables.

Piense el lector en una relación personal, familiar, en una laboral o en el desarrollo de una actividad profesional. No se puede pensar en ellas como en una cosa, como algo eterno, fijo. Son movimientos, dramas. El sujeto neurótico organiza en el espacio y el tiempo sus repeticiones, el comprobar que la puerta ha quedado cerrada, los directores repasan periódicamente el cumplimiento de las previsiones de ventas convertidas en ritual obsesivo más que en instrumento de control, la presentación de productos parecidos es concebida como una nueva representación de la Traviata, ambientada ahora en la semana de los sanfermines. Más novedad que mejora. Conductas, prácticas, rituales de empresa, productos del porfolio son personajes conceptuales en un drama, que es el drama de la empresa y el drama de la vida.

La pregunta adecuada para comprender un drama empieza por quién: ¿quién es el pretendiente?, ¿quién es el suplantador?, ¿quién es el legítimo heredero? La búsqueda del innovador es la búsqueda del pretendiente, como hace Porcia en el Mercader de Venecia. Es pretendiente porque pretende hacer.

De todas las potencialidades que hay en mí, de todas las potencialidades que hay en mis relaciones, de todas las potencialidades que hay en mi empresa, quiénes son los personajes a los que debo llamar a escena en la fisura del momento de hoy.

He aquí el camino del Innovador. Hay pregunta que invita patear el tablero, interrogar y airear el movimiento. Hay discurrir. El innovador debe ver la vida como un drama en el que existen personajes conceptuales, personajes que en el presente acarrear por contracción su pasado y pensar que cada instante es un límite de lo que hasta aquí pasó y que a él le toca, entre ellos, elegir quién alzará la voz.

Entre sus intereses, entre sus productos, habrá un rey. ¿Ha pasado su época?, ¿cómo sabremos que ha llegado su momento?, ¿debe abdicar?, ¿dónde está la reina?. Piense en el rey Lear o en el "legacy". ¿Quién es la legítima heredera?, ¿quién es la sincera Cordelia?, ¿quiénes los aduladores?, ¿quién es el suplantador?, ¿quién reducirá los recursos que son necesarios para todo cambio?, ¿Recursos Humanos?, ¿quién es Goneril?, ¿quién será el fiel bufón que nos mostrará la estupidez de nuestros actos? Ahora están de moda otras cosas, como Juego de Tronos. Úselos para preguntar ¿quién?

Ante todos nosotros, cada día, corre el Drina. Nos impide comunicarnos con parte de nuestro pasado y parte de nuestro futuro.

Pon un puente en tu Drina. **¿Quién** traza la fisura en el cielo?



COLOMBIA

PACO SOLA

Gerente de Proyectos
Cloud Sales en Altim

Descubriendo Colombia *in crescendo*

Colombia es extraña a primera vista o, más bien, fue Bogotá la extraña en mi primera sensación al llegar. Fui allí a implementar R3 en las filiales de una compañía farmacéutica internacional: un roll-out on site de tres semanas de duración, y dos meses de proyecto.

Llegas pensando que vas a un país caluroso hasta decir basta, y aterrizas en Bogotá a 2.800 metros de altura, cubierto de nubes, y con la sensación de que el abrigo de invierno que dejaste en el armario no debería estar tan lejos, quizá en la maleta no estaría mal...

RIQUEZA SOCIOCULTURAL

De primeras, socialmente es riquísimo. Hay gente, como en todos lados, de todo tipo pero, por lo general son gente muy amable, hasta en su hablar, con muestras de amistad y preocupación porque el visitante esté a gusto continuamente, y con un ritmo de vida pausado y a la vez frenético.

La peña no conduce, ¡hace carreras! Pasan de los intermitentes porque ponerlo significa que el que viene por detrás va a hacer lo imposible por no dejarse ganar la posición, así que no se pone, se saca (si acaso) un brazo por la ventana, al tiempo que se cambia de carril.

La riqueza cultural aportada por los colonos y por las tribus indígenas que habitaban estas tierras es enorme. A mí aún no me ha dado tiempo a descubrir ni una diezmilésima parte de toda ella. Pero se palpa, se huele, se siente, se ve. Cada día que pasé allí, conocí nuevas oportunidades para mi curiosidad, unas rutas perdidas por todos los cerros y montañas que componen el centro geográfico del país, el Amazonas, la Ciudad Perdida, islas como la de San Andrés o Providencia, isla Fuerte o isla Gorgona, donde el buceo tiene que ser de lo más espectacular. Y podría seguir...

SANTA MARTA

El viaje de ida de Bogotá a Santa Marta fue muy placido. Todos los pasajeros sabíamos que íbamos dirección Caribe a disfrutar de tres días de relax caribeño... ¡hasta los "babies"!

Primeras impresiones: tranquilidad, relajación y calor, mucho calor.

Tras una semana de auténtica locura de trabajo, llegó el momento. ¡Llevaba años deseando bañarme en aguas caribeñas!, y fue la playa de Rodadero en dicha localidad costera de Colombia la que me brindó ese primer baño que nunca olvidaré. Por especial, por la sensación de estar cumpliendo un sueño... En medio de la puesta de sol -entre nubes lejanas- a 30 grados. Lo recuerdo perfectamente. ¡Por fin, flotar en el Caribe!

GASTRONOMÍA

Cenamos en "Donde Chucho" y, sí, al principio creía que me habían timado con el nombre del restaurante. Pero, no. Andaba a unas 6 'cuadras' del hotel, por lo que un poco más y nos morimos de deshidratación de camino andando al restaurante. La cena, de miedo. Aquí el marisco no es como en Galicia. Digamos que el precio también es adecuado para los "guiris low cost", y nos apretamos una buena ensalada Chucho -de pulpo, gambas, calamar y manta- raya, muy parecida al atún-, y una langosta gratinada para dos -langosta abierta con bechamel y queso gratinado al horno por encima- ¡Espectacular!

Definitivamente, me quedo corto en mis notas... Pero, lógicamente, "Uno de los nuestros por el mundo" tiene caracteres limitados...

Sólo una cosa más, vivir una experiencia profesional y personal en países y culturas diferentes a la tuya, es un gran reto que te lleva sin duda a una gran satisfacción.

Es increíble lo que se puede aprender y disfrutar por Colombia y sus alrededores, ¡quizá no tenga precio! Lo repetiría tal cual.





Gonzalo M. Flechoso
Marzo & Abogados

Marzo & Abogados
DIRECHO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

BYOD y sus implicaciones legales

BYOD son las siglas de “Bring Your Own Device”, término utilizado cuando se utilizan los propios dispositivos electrónicos de una persona, como smartphones, tablets y ordenadores portátiles, para trabajar y desempeñar las funciones como empleado.

Que los empleados utilicen su propio dispositivo electrónico en el trabajo (BYOD) es una práctica muy extendida, al igual que emplear los dispositivos de empresa para fines particulares y privados. En principio, no deben suponer un problema, siempre que se adopten una medidas que eviten el riesgo que conlleva que se almacene en un mismo smartphone, tablet y portátil la información privada y particular con la de la empresa, usando indistintamente las aplicaciones informáticas del dispositivo para manejar ambos tipos de datos.

Si hablamos de BYOD, se suelen producir dos situaciones en función de qué aplicaciones informáticas y configuración se mantengan en el smartphone, tablet o portátil. La primera, que la propia empresa establezca y supervise que el empleado utilice su dispositivo propio para el trabajo, estableciendo las medidas adecuadas para que no haya una confluencia de información de la empresa con la privada y un riesgo de seguridad. Para ello se instalan y configuran las aplicaciones o programas informáticos en el dispositivo para utilizarlo con fines laborales como, por ejemplo, el correo electrónico, sistemas de mensajería corporativa, gestión de documentos, agendas, calendarios, conexiones remotas con los servidores de la empresa, aplicaciones específicas de visualización, edición o transmisión de archivos, documentos y sincronización de datos. Se cede así una parcela

del dispositivo privado del empleado para implantar y configurar estas aplicaciones o herramientas informáticas, de forma que pueda operar el empleado con la información de la empresa. Con esta práctica se consigue un punto de partida que garantiza la seguridad y confidencialidad de la información empresarial, al poder

aislar los usos privados y particulares del dispositivo de la utilización en el ámbito laboral. En este caso, el empleado debe responsabilizarse de hacer el uso adecuado de estas herramientas y configuraciones al manejar la información de la compañía.

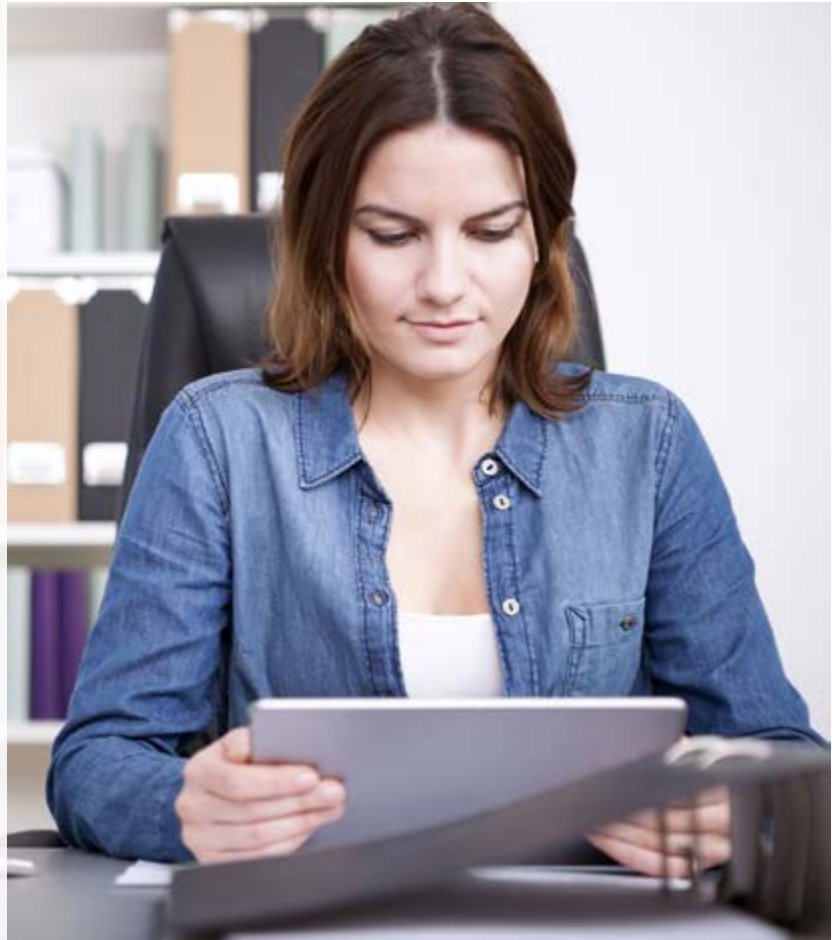
La segunda situación se da cuándo la empresa no define las aplicaciones con las que se utilizará la información de la empresa, por lo que el trabajador va derivando los usos de las aplicaciones de ámbito privado al de la empresa, configurando la cuenta de correo electrónico corporativa junto con la cuenta de email privada, enviando mensajes de trabajo desde la misma app utilizada para los mensajes privados, como WhatsApp, Line o Telegram. Al final, puede llegar

a almacenar archivos de la empresa en los mismos servidores cloud en donde se archivan documentos y fotos privadas como Dropbox o Google Drive.

Esta casuística supone una responsabilidad para la empresa si sabe y permite que los empleados manejen la información de la empresa sin unas garantías de seguridad y confidencialidad. Y



Siempre que se utilicen dispositivos electrónicos, y en especial los móviles o equipos transportables que pueden ser sustraídos o perdidos más fácilmente, se debe establecer unas medidas mínimas de seguridad para garantizar que la información esté segura.



será una responsabilidad del empleado, si la empresa establece una política de prohibición del uso de dispositivos propios para desempeñar el trabajo y éste lo lleva a cabo sabiendo que se ha prohibido.

Surge otra situación cuando es la empresa quien facilita al empleado dispositivos para que trabaje, y es que los equipos o terminales acaban siendo utilizados para fines privados, instalando y configurando aplicaciones que no tienen relación con el desempeño de sus funciones laborales. En este caso, la organización será la responsable de establecer las medidas que eviten que se haga un uso privado con el dispositivo de la empresa o que en el caso de que se mezclen ambos usos, quede garantizada la seguridad de la información empresarial.

A la hora de utilizar las diferentes apps o herramientas en los dispositivos móviles, cuando se maneje la información de la empresa, se deben tener en cuenta qué estándares de seguridad ofrecen estas aplicaciones de almacenamiento, edición y transmisión de los archivos o documentos. Dado que por ser algunas gratuitas u disponibles al público sin la intención de garantizar ninguna protección o confidencialidad cuando se usan, no ofrecen niveles de seguridad que garanticen que terceros no autorizados puedan acceder a la información, o que se pierda o destruya.

Siempre que se utilicen dispositivos electrónicos, y en especial los móviles o equipos transportables que pueden ser sustraídos o perdidos más fácilmente, se debe establecer unas medidas mínimas de seguridad para garantizar que la información esté segura. En cuanto al uso del correo electrónico, conviene manejar las cuentas de email del trabajo en una aplicación dis-

tinta a las de uso privado para mantener separada la información y, si es posible, utilizar un sistema de cifrado para los correos electrónicos corporativos. Conviene también tener separadas las agendas de contactos, así como la información de calendarios y notas, para saber cuál es de ámbito privado y cuál de empresa; proteger con contraseñas, aparte del desbloqueo del dispositivo, el acceso a las aplicaciones con las que se maneja la información de trabajo.

Otras recomendaciones son utilizar un navegador configurado para garantizar la seguridad a la hora de navegar por motivos corporativos, y otro para visitar páginas web de ámbito privado, además de huir del uso de herramientas de mensajería que no garanticen la privacidad de la información cuando se trabaja con datos de la empresa. Por otro lado, se deben almacenar de forma separada los archivos y documentos de trabajo de los personales y utilizar VPNs o redes privadas virtuales que mantengan la información protegida cuando nos conectemos a servidores de la empresa para acceder a la información.

Aparte de disponer de programas de protección como anti-virus y firewall, se debe desactivar la geolocalización cuando no sea necesaria y no habilitar los permisos de acceso de las apps a la información de la empresa que se tiene en el dispositivo, así como mantener sincronizado el dispositivo para realizar copias de seguridad de la información de la empresa.

En definitiva, es algo quizás inevitable que el dispositivo que más usan las personas en el día a día para fines privados, no se utilice también para trabajar. Por eso, se deben mantener unas medidas técnicas y organizativas mínimas a la hora de manejar la información de la empresa para garantizar su seguridad.

Entrevista a la Doctora Carlota Calvo Escribano, Jefa de la Unidad de Oncohematología pediátrica del Hospital Universitario Miguel Servet de Zaragoza

“En el siglo XXI la palabra cáncer no debe ser evitada ni identificada con fracaso o muerte”

Parte de la recaudación por inscripciones de Fórum AUSAPE se ha entregado a ASPANOA (Asociación de Padres de Niños con Cáncer de Aragón), que trabaja en colaboración con la Unidad de Oncopediatría del Hospital Infantil Miguel Servet de Zaragoza. En el número pasado entrevistamos al Presidente de este movimiento asociativo y en éste es la Jefa de la Unidad de Oncohematología pediátrica de este hospital la que nos habla de su día a día con los niños afectados.

Desde su consulta en el Hospital Universitario Miguel Servet habrá visto todo tipo de casos de cánceres pediátricos. ¿Cómo es su día a día en la lucha por ayudar a los niños y a las familias que sufren esta enfermedad?

No es difícil de llevar, puesto que el trabajo está organizado y no todos los días, afortunadamente, se plantean situaciones complicadas sobre todo desde el punto de vista emocional. No obstante, exige estar en continua formación para poder ofrecer a cada niño y familia las mejores opciones de tratamiento.

¿Qué factores pesan o influyen a la hora de que una pediatra como usted se decante por la especialidad tan dura como oncopediatría?

Creo que en general es una especialidad que se elige vocacionalmente en el último año de la especialidad de pediatría, pero también que es una decisión en la que influyen muchos factores: unos personales, otros que se derivan de la unidad en la que te formas y, finalmente, es una especialidad atrayente desde el punto de vista profesional, ya que incluye muchas subespecialidades, tiene mucho campo de investigación y las relaciones médico-paciente-familia son mucho más enriquecedoras.

No considero la oncopediatría como la especialidad más dura puesto que, aunque es verdad que se viven situaciones difíciles y que entre un 25-30 por ciento de nuestros pacientes no sobreviven, realmente curamos a la mayoría, y tampoco es grande el número de supervivientes con secuelas importantes que les provoquen una mala calidad de vida. Otras especialidades como neu-

ropediatría (enfermedades degenerativas), enfermedades metabólicas (enfermedades raras) que no tienen tratamiento, realmente son más duras de afrontar.

Imaginamos que el personal de su equipo, además de oncopediatras, deben ser también un poco psicólogos para con estos casos, ¿qué suelen recomendar a los padres o qué les dicen a la hora de darles una noticia así?

Quizá sí somos algo psicólogos. Aunque en realidad la comunicación con los padres es un arte que se va aprendiendo con la experiencia, desgraciadamente en las facultades de medicina no se dedica mucho tiempo a la formación en la relación médico-paciente-familia. Siempre que se dan malas noticias debe hacerse con honestidad, con respeto, dedicando todo el tiempo que sea necesario, repitiendo la información las veces que haga falta, permitiendo la asimilación de las noticias y con confianza y optimismo.

En general, la comunicación es fácil, a veces no en la primera entrevista, pero después es fluida y de confianza.

¿Realmente son conscientes de lo que significa para los padres que ustedes tengan en sus manos la posibilidad de salvar a su hijo?

Realmente creo que no está en nuestras manos la salvación de los niños. Nuestra responsabilidad es tener el conocimiento y la información suficiente para ofertar a cada niño su mejor posibilidad de tratamiento, pero es la investigación la que posibilita la curación de los pacientes.

¿Qué es para usted lo que marca la diferencia entre un buen día de trabajo y un mal día?

Para mí un buen día de trabajo es aquel que se desarrolla de una forma fluida, en el que todo lo que debía hacerse se ha realizado sin problemas, que no surgen imponderables (averías de aparatos, cancelación de citas, desabastecimiento de material, etc.). Dar malas noticias no es un mal día de trabajo, es una día con mayor carga emocional.

La palabra cáncer en muchas ocasiones se suele evitar citar en los medios o incluso entre los círculos cercanos a un paciente por miedo o por considerarlo algo demasiado negativo, ¿cree que hablarlo, desmitificarlo o tratarlo con naturalidad entre nuestros conocidos y en los medios podría ser de ayuda? ¿Y de cara a los niños?

Por supuesto, en el siglo XXI la palabra cáncer no debe ser evitada ni identificada con fracaso o muerte. Los niños deben recibir la información adecuada a su edad y a su nivel de desarrollo neurológico. Nunca se les debe engañar para ganar su confianza y su adhesión al tratamiento, sobre todo en los niños mayores y adolescentes que deben formar parte del proceso de toma de decisiones.

Al Hospital Infantil de Zaragoza acuden pacientes de todo Aragón, La Rioja o Soria, entre otros. ¿Se utilizan en todos los hospitales los mismos tratamientos y protocolos o puede haber diferencias dependiendo del lugar donde los niños sean tratados?

En general, prácticamente todos los hospitales de la red pública tratan a los pacientes de manera similar, con protocolos o ensayos nacionales o internacionales al menos en primera línea. En caso de fracaso terapéutico o recidivas puede existir más variación entre hospitales. Existen centros de referencia nacional para realizar algunos tratamientos (ensayos fase I/II ó técnicas concretas) y a ellos son referidos los pacientes de otras comunidades.

Existen centros privados que pueden ofertar tratamientos diferentes no por ello menos contrastados.

Terapia génica, células madres, dianas moleculares... ¿Cuáles son las líneas de investigación abiertas en tratamientos de cáncer pediátricos más prometedoras?

En oncología pediátrica probablemente la investigación de más futuro actualmente es la de dianas moleculares, para lo cual es necesaria una mejor caracterización de los tumores pediátricos desde el punto de vista molecular.

La legislación para la investigación en niños es más restrictiva y exigente que para adultos, lo que a veces es un freno para el desarrollo de nuevas terapias dirigidas a este grupo de pacientes.

Por último, ¿Podría dar un mensaje positivo a todos los niños enfermos de cáncer y a sus familias?

Por supuesto. La historia del cáncer infantil es una de las más exitosas, en 50 años se ha pasado de tener una mortalidad del 80 por ciento a una supervivencia del 80 por ciento. Además, los supervivientes tienen menos secuelas por el continuo refinamiento de los tratamientos, el mensaje es de optimismo, esta lucha la estamos ganando entre todos: los pacientes, sus familias, los profesionales, las asociaciones, los investigadores y la sociedad en su conjunto que posibilita que cada uno de los grupos aúne sus esfuerzos.



“En general, prácticamente todos los hospitales de la red pública tratan a los pacientes de manera similar, con protocolos o ensayos nacionales o internacionales al menos en primera línea”

NUESTROS ASOCIADOS



INFORMACIÓN PERSONAL

- **Lugar de nacimiento:** Barcelona.
- **Aficiones en su tiempo libre:** música y tenis de mesa.
- **Un restaurante de la ciudad en la que reside, que recomendaría al resto de asociados y lugares que deberían visitar si van allí:** en la actualidad ya no vivo en Barcelona, pero siempre que voy intento tener tiempo para comer o cenar en el restaurante ALBA GRANADOS y pasear por las calles del barrio gótico. Uno de los lugares que más me impresiona de Barcelona es el Palau de Música.
- **Escritor preferido y la mejor de sus obras, en su opinión:** tengo varios autores y me han gustado muchos libros pero, como estamos dentro de un ámbito profesional y en una distendida entrevista, me atreveré a recomendar “Cómo destrozarse la propia empresa y crearse maravilloso”, de Josep Maria Rosanes i Martí, libro de fácil lectura y de gran utilidad para localizar a “personajes” que, usando técnicas de dudosa moralidad y carentes de escrúpulos, merodean con toda impunidad por nuestro parque empresarial.

Servant Dovarganes

El laboratorio farmacéutico ACOFARMA implementó en 2004 la solución SAP Business One para gestionar, de forma integrada, sus procesos claves de negocio. Justo un año antes se incorporaba a la compañía Servant Dovarganes como Jefe de Sistemas. En esta entrevista nos cuenta por qué la firma eligió esta solución, las ventajas de utilizarla y en qué se centran los esfuerzos de TI de la firma, que subcontrata todos los servicios necesarios para optimizar al máximo los costes de tecnología y sus beneficios.

¿Qué soluciones SAP utiliza su compañía y desde cuándo?

Somos usuarios de SAP Business One desde 2004.

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

En 2004, cuando se planteó el cambio de ERP, la decisión giró en torno a dos buenos sistemas: SAP Business One y Navision de Microsoft. Es cierto que Navision es una gran tecnología y ofrece una excelente seguridad en cuanto a la continuidad al ser un producto de Microsoft, pero SAP ofrece como mínimo la misma seguridad, combinada con la facilidad de adaptarse a distintos sectores mediante la programación de un add-on que se adhiere como una capa al núcleo de SAP Business One. Esta manera de personalizar las necesidades del software a los requerimientos de cada sector hace que cada vez que se realiza un upgrade, el add-on apenas sufra adaptaciones y esto significa una implantación rápida a un coste muy razonable.

¿Cuál ha sido la experiencia de ACOFARMA con SAP Business One?

La experiencia de ACOFARMA con SAP Business One es absolutamente satisfactoria. Es un producto que ha crecido junto



con la empresa, que nos ha permitido cumplir con todos los requisitos que ha ido exigiendo el sector farmacéutico. Es un producto intuitivo, amigable y de fácil uso para el usuario, robusto, con una gran proyección de futuro tal como demuestra nuestra evolución desde 2004 hasta 2015. ACOFARMA ha trabajado con la v.4, v.5, v.7, actualmente estamos trabajando con la v.8.8 y en septiembre cambiaremos a la versión v.9.



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

Queríamos disponer una solución que nos garantizase la continuidad del producto. Sin duda, se ha cumplido y, según las distintas presentaciones a las que he podido asistir, nuestra apuesta seguirá vigente por muchos años más.

El objetivo final de cada solución es ayudar al usuario a tener controlada su responsabilidad minimizando todos los procesos que requieran su intervención, cálculos y trabajos añadidos. En definitiva, todo se reduce al control y fiabilidad de los datos para poder tomar las decisiones adecuadas en el menor tiempo posible. SAP Business One ha cumplido siempre con este objetivo sea con las herramientas de las que dispone el software estándar como con add-on, que ha convertido a nuestra instalación de SAP Business One en un referente el sector farmacéutico cumpliendo con todos los requerimientos que la legislación vigente exige.

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

Con SAP Business One gestionamos todas las áreas de nuestro negocio, finanzas, compras, fábrica, área comercial y área técnica, que incluye control y garantía de calidad. Y siempre en un entorno integrado, robusto y fácilmente adaptable a las nuevas necesidades y los retos que constantemente plantea el

mercado (y muchas veces las propias Autoridades Sanitarias), y a la que ACOFARMA siempre debe dar respuesta.

Desde el punto de vista de TI, garantiza la integración con otras soluciones como SAP BusinessObjects y, sobre todo, aporta la seguridad de que es un producto en constante desarrollo y por el que está apostando contantemente SAP.

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

En este momento estamos en pleno desarrollo de la plataforma de pruebas de la nueva versión 9de SAP Business One, que pondremos en productivo en septiembre, y su posterior validación, junto con la cualificación de infraestructuras informáticas en entornos GxP tal como define el anexo 11 de la EU GMP. Como he comentado antes, nuestro sector cada día es más exigente con TI.

¿Desde cuándo está su empresa asociada a AUSAPE y qué le aporta la Asociación a su empresa?

ACOFARMA está asociada a AUSAPE desde noviembre de 2014. En aquel momento no existía en AUSAPE un grupo de trabajo de SAP Business One y tampoco creo que recibiera el apoyo que todos los usuarios deseábamos. Afortunadamente esto ha cambiado y AUSAPE ha contraído un gran compromiso con el producto, ya se ha constituido un Grupo de Trabajo del que ACOFARMA forma parte.



DE UN VISTAZO

acofarma

Empresa: ACOFARMA DISTRIBUCION, S.A.

Localización: Terrassa (Barcelona)

Sector: Farmacéutico

Facturación: 23 millones de euros

Empleados: 70

Web site: www.acofarma.com



Anxo Pérez
Creador de 8Belts.com



Persigue la excelencia cuando ya eres excelente

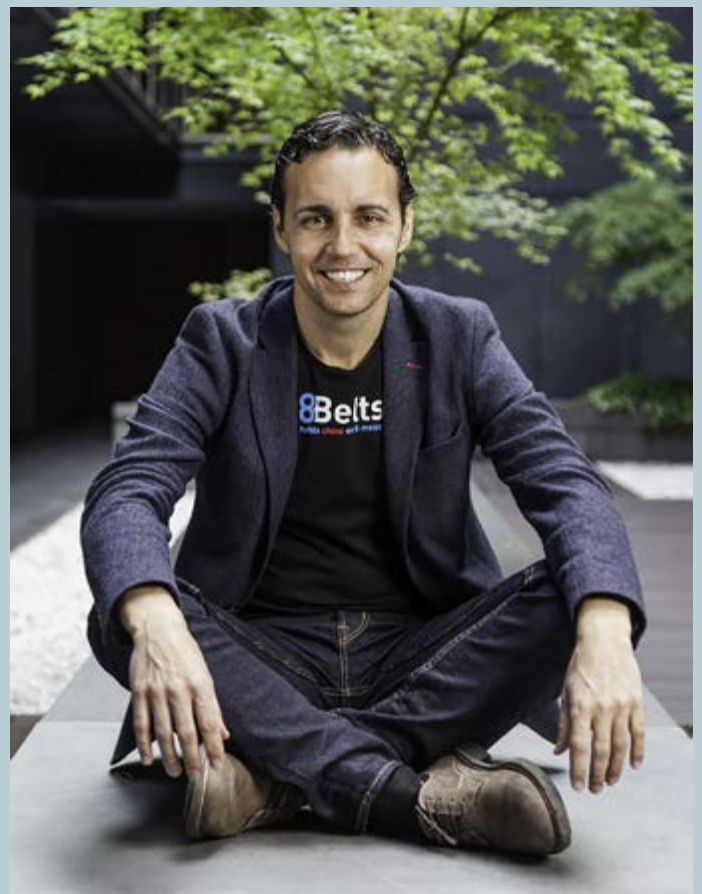
Mi experiencia como emprendedor, como empresario y como ciudadano me ha permitido comprobar que el mundo es por naturaleza mediocre. Esta afirmación puede analizarse desde dos perspectivas: la primera, la negativa, es la que nos llevaría al desánimo haciéndonos ver que en el mundo no existe la excelencia. La segunda y la que yo me propongo desarrollar en este artículo es una perspectiva positiva que se resumiría en la siguiente frase: Si el mundo es mediocre, significa que nuestras oportunidades para destacar en él se multiplican.

La mayoría de las empresas del panorama actual consiguen mantenerse de manera renqueante. Esto es bueno porque cuando tú decides hacer las cosas de manera excelente, automáticamente destacas enormemente, te diferencias: Estás a tan sólo un paso de destacar, estás muy cerca porque hay muy poca gente que sea excelente.

Para destacar entre la mediocridad, hay que perseguir la excelencia, buscarla por encima de todo y para llegar a ella, hay una máxima que deberíamos tener siempre en mente: **“No puedes conseguir más que nadie haciendo lo mismo que todos”**. Bajo esta premisa nació mi empresa 8Belts.com, el único método a nivel mundial que enseña un idioma en 8 meses. Nos apartamos de la enseñanza tradicional y decidimos buscar un camino diferente para lograr resultados diferentes. ¿La consecuencia? Un crecimiento de más de un 3000 por cien en tres años, el aumento de la plantilla de 1 a más de 80 empleados y clientes en más de 20 países.

Las empresas que son los números uno de cada campo son aquellas a las que les sigue obsesionando la búsqueda de la excelencia incluso cuando ya se han ganado el calificativo de excelentes. La excelencia es lo que hace que continúen mejorando el producto incluso cuando nadie está disconforme con él y cuando ni siquiera un sólo cliente ha expresado una sola queja. Es aquello que las lleva a mejorar su producto cuando un aumento de la mejora no supone un aumento de los ingresos. Buscar la excelencia es tener pasión por la optimización no como medio, sino como fin. Sólo buscando la excelencia hoy, podremos ganar la batalla mañana: **“Si no hay mejoras ahora, no habrá crecimiento después”**.

Tengo un Peldaño de mi libro “Los 88 Peldaños del Éxito” que lo ilustra y dice lo siguiente: **Si eres primero y remas como primero, podrás ganar o no. Si eres primero y sigues remando como si fueras de último, ganarás seguro**. De ahí la importancia de invertir en conocimiento hoy. Si eres primero hoy, pero sigues formando y preparando a tus profesionales como si fueras el último, como si tu empresa tuviera aún todo por mejorar, ganarás seguro.



Una de las pocas inversiones que sale rentables siempre es en conocimiento. Siempre es un acierto invertir en adquirirlo, tanto si hablamos de invertir con dinero como si hablamos de hacerlo con esfuerzo.

Existen dos tipos de empresas: las que se desarrollan con celeridad y las que se desarrollan con lentitud, y hay algo muy curioso que caracteriza a cada uno de los dos grupos. Las que se desarrollan con celeridad, consideran que la adquisición de conocimiento es un gasto. Las que se desarrollan con lentitud, lo consideran una inversión.

“El conocimiento no hace que tu vida sea más larga, pero sí más ancha”.

@anxo8BELTS



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.

Nosotros queremos talento ¿y usted?



successfactors™
An SAP Company

Mejore la gestión y retenga el talento

Son las personas las que promoverán la innovación y la eficiencia en su negocio para alcanzar el éxito. Conscientes de la importancia del equipo humano, en Seidor-HCC ponemos a su disposición nuestra experiencia, más de 90 proyectos SuccessFactors implantados satisfactoriamente.

No deje escapar el talento, solicite una demo: info@seidor.es

www.grupohcc.com



Síguenos en:

