

AUSAPE

Asociación de Usuarios de SAP España • Nº 39. Octubre 2015



UX, ¿Imperativo o necesidad?

TAMBIÉN EN ESTE NÚMERO

**AUSAPE crea la
Delegación de
Baleares**

Luis Martín

CEO del Grupo Barrabes.biz

Ángel Luis Barreiro
de Tecnom "Uno de los nuestros"



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
Óscar 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.



Óscar Soler

Vocal de la Junta Directiva de AUSAPE en representación de la Universidad Complutense de Madrid

Mucho trabajo y novedades en el último tramo del año AUSAPE

Estimado Asociado,

Quedan pocos meses para que termine el año y, tras dejar atrás los nuevos primeros meses del año, AUSAPE encara un tramo final de año con nuevos retos.

Atrás quedaron un Fórum muy exitoso y muchas otras acciones que, por supuesto, debemos poner en valor, pero éste es el último sprint de un año que está siendo muy importante para AUSAPE como asociación que contribuye al crecimiento y la competitividad de nuestras empresas creando un entorno de colaboración influyente.

Aprovechamos este ejemplar de la revista para trasladaros un buen número de novedades que se producirán en los próximos meses. Para empezar, os informamos de la creación de la Delegación de AUSAPE en Baleares, que inicia su actividad con un evento el día 14 de octubre. Su Delegado es Gerad Pasan, de Grupo Iberostar.

Sin duda, éste es un gran paso para la Asociación porque podremos ofrecer un servicio más directo a los clientes baleares de SAP y, al mismo tiempo, podremos establecer unos vínculos y unas relaciones más cercanas con las empresas asociadas.

También encontraréis en nuestra sección de noticias los principales puntos que incluyen los acuerdos institucionales que hemos firmado en septiembre con el Centro de Estudios Universitarios (CES) San Pablo y con el Máster SAP en Sistemas de Información Integrados de la Universidad Politécnica de Madrid (UPM). Mediante estos acuerdos, los empleados de las empresas asociadas pueden disfrutar de descuentos en sus programas formativos, así que es una información relevante para todos nosotros. La hoja de ruta de la Asociación no se queda ahí, ya que también incluye la reunión de los Coordinadores de los Grupos de Trabajo y Delegados en Madrid, con el objetivo de planificar acciones y dinamizar sus actividades. Aunque al cierre de esta edición no se ha producido, la reunión en Madrid servirá para inaugurar la ronda de visitas guiadas al Centro de Soporte SAP de las empresas asociadas, que organizamos conjuntamente con el proveedor.

AUSAPE estará también representada en dos importantes eventos en octubre: la reunión anual de CIONet y el evento que SAP está organizando en Barcelona sobre transformación digital.

No obstante, estamos preparando muchas acciones de especial calado, por lo que os pedimos que estéis atentos a todas nuestras comunicaciones: emails, boletines, web, redes sociales, etc.

Nuestros colaboradores habituales

HELMAR RODRÍGUEZ

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

IGNACIO GONZÁLEZ GARCÍA

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

ANA MARZO

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



DESTACAMOS A ...	03
NOTICIAS	04
A ANÁLISIS	16
Industria 4.0: una industria como servicio (I)	
UNO DE LOS NUESTROS	18
Ángel Luis Barreiro Bermúdez, Jefe de Proyecto de TecnoCom. Proyectos y Aplicaciones	
CASO DE ÉXITO	20
John Deere se moviliza con Movilizer	
EN PROFUNDIDAD	22
Diseñando emociones. La importancia de la experiencia de usuario	
Diseño centrado en el usuario	
S/4HANA y SAP Financial Services Network: el cóctel innovador del financiero de la empresa	
¿Preparado para vender más? Hybris, plataforma líder en e-commerce	
SAP Collections Management para dotar de eficiencia al Departamento de Cobros	
QIM (Quality Issue Management), algo más que gestión de incidencias de calidad	
Cómo evaluar el nivel de madurez de la operación de nómina global, según NGA	
El nuevo paradigma de la formación SAP: impacto y transformación del aprendizaje	
La importancia de las soluciones de movilidad empresarial para la automatización de los procesos	
¿Está su SAP en la senda de ser más RESPONSIVE?	
Intelligence Business Operations: explotación y predicción inteligente de la situación del negocio	
AL HABLA CON LOS ASISTENTES A LOS GTS	44
Jesús Javier García Fernández, Jefe de Departamento de Sistemas de Información de Recursos Humanos en Informática del Ayuntamiento de Madrid	
Raquel Pastor Ameyugo, Responsable de Administración de Personal en Mercedes-Benz España. S.A.U. (Fábrica de Vitoria)	
EL VIRUS DE LA MENTE	46
Dialéctica: Dato y Perspectiva	
RINCÓN LEGAL	50
Software social en el entorno empresarial, ¿qué hay que tener en cuenta?	
FIRMA INVITADA	52
Valor ganado o Tiempo perdido	



NOTICIAS (págs. 6 y 10)
AUSAPE firma acuerdos con el Máster SAP-UPM
y con el CES Juan Pablo II

A ANÁLISIS (pág. 16)

Luis Martín, CEO del Grupo Barrabes.biz



UNO DE LOS NUESTROS (pág. 18)
Ángel Luis Barreiro Bermúdez, Jefe de Proyecto de TecnoCom.
Proyectos y Aplicaciones



LA EXPERIENCIA DE USUARIO (pág. 22)
everis y Techedge nos hablan en este número de UX



RINCÓN LEGAL (pág. 50)
Software social en el entorno empresarial,
¿qué hay que tener en cuenta?

FIRMA INVITADA (pág 52)

Tomás Acuyo Cruz y Alberto Arias de la Fuente de NAVANTIA
(Grupo SEPI) nos presentan su libro 'Valor ganado o Tiempo perdido'



La Junta Directiva de AUSAPE se reúne en las instalaciones de Codorníu



En su primera reunión después del verano para retomar la actividad, la Junta Directiva de AUSAPE se reunió en las instalaciones de Codorníu en la localidad barcelonesa de Sant Sadurní d'Anoia.

En las cavas de Codorníu, empresa asociada a AUSAPE desde 1997 y perteneciente al órgano directivo de la Asociación representada por Xavier Ballart (su IT Manager), el equipo trató temas de muy diversa índole que se abordarán de aquí a finales de año.

En la reunión, en la que estuvieron presentes los miembros de la Junta, las representantes de SAP en AUSAPE, el personal de oficina y en la que intervinieron vía videoconferencia otros departamentos, se revisaron asuntos de trámite como las nuevas incorporaciones y bajas, preparación de la auditoría y la Asamblea General de 2016, etc.

Parte del tiempo también se dedicó a la organización del Fórum AUSAPE 2016, y al repaso de la actividad de los Grupos de Trabajo, poniendo especial énfasis en la reunión de los Coordinadores y Delegados en Madrid y en las visitas guiadas al Centro de Soporte SAP, así como en la apertura de la Delegación de Baleares.

La actividad internacional de AUSAPE, con un informe sobre las novedades procedentes de SUGEN y AUSIA, así como las últimas iniciativas puestas en marcha por SAP y la Asociación y la evaluación de acciones futuras de las que se informará en breve, también coparon buena parte de la reunión.

A todo ello se suman el repaso a los últimos acuerdos firmados con instituciones de formación, y la revisión de las últimas acciones de comunicación con una proyección de la actividad a corto plazo en este ámbito.

De gran parte de estas actividades, hay información adicional en la sección de Noticias de esta revista.



Los asistentes a la reunión mensual de AUSAPE realizaron una visita a las cavas Codorníu de San Sadurní de Noya, que constituyen un importante edificio del modernismo catalán y tiene la calificación de Monumento Histórico-Artístico Nacional.



SAP nombra nuevos directores en algunas áreas de negocio

SAP España ha realizado cambios en su estructura, lo que implica que hay nuevos interlocutores en algunas áreas. Estos son los nuevos nombramientos que se han producido.



Pedro Abuin Parga
Country Support Manager
GSS ES & PE Head IBERIA



Rosa Pardo
Maintenance Sales Director para SAP
Iberia, Italia, Grecia e Israel



Juan Pedro García
Director de Formación de SAP España



Antonio Rubias
Head of Global Functional Manager
Product Support



Bernhard Luecke
Head of Global Support Center Spain
Product Support



¡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

AUSAPE firma un acuerdo de colaboración con el CES Juan Pablo II

La Asociación y el Centro de Estudios Superiores Juan Pablo II han firmado un acuerdo de colaboración relativo a los ciclos formativos que este centro impartirá, fruto de su acuerdo con SAP para impartir en España cursos oficiales homologados, presenciales y online, sobre la tecnología de la compañía. Esta colaboración que le convierte en el primer centro no universitario que los podrá ofrecer en España.

El acuerdo ahora firmado con AUSAPE, que tendrá vigencia hasta el 10 de septiembre de 2016 y es prorrogable, establece un marco de relaciones entre CES Juan Pablo II y la asociación a partir del cual se llevará a cabo una labor de difusión entre las empresas asociadas de los ciclos formativos de Tecnologías de la Información y particularmente del entorno SAP que organice este centro y, a su vez, los Asociados accederán en condiciones especiales a los mismos y al resto de ciclos que imparta el CES. El descuento está fijado en el 5 por ciento.

A lo largo del último trimestre impartirá dos cursos, uno sobre el lenguaje de programa SAP, ABAP IV, y otro sobre el módulo de finanzas SAP, SAP FI.

Tras cursar los ciclos formativos, que cuentan con financiación a través de Banco Popular, los alumnos que se certifiquen, podrán acceder al programa de prácticas en empresas del sector del CES Juan Pablo II. Además, la entidad tiene una bolsa de trabajo activa, de uso exclusivo para los certificados en SAP.



El acuerdo también incluye que el centro facilitará salas de reunión con los medios necesarios para celebrar hasta dos reuniones al año de los Grupos de Trabajo de AUSAPE, a las que podrán asistir los alumnos de los ciclos como oyentes. Además, éste podrá solicitar la participación de los miembros de AUSAPE, en calidad de docentes retribuidos, en sesiones especiales dentro del Programa Máster para que presenten casos de empresa reales. En este caso, el papel de AUSAPE se limita a la presentación de posibles candidatos.

No te lo puedes perder: visitas al Centro de Soporte de SAP para Asociados

AUSAPE ha organizado conjuntamente con SAP una ronda de visitas a su Centro de Soporte de SAP (GSC) en Madrid. El objetivo es conocer en profundidad los servicios de soporte, y que las empresas sepan las diferentes vías que tienen para la resolución

de incidencias, la búsqueda de soluciones, notas (herramientas, redes sociales...), etc.

La primera de estas visitas, que llevarán a cabo los coordinadores de los Grupos de Trabajo y delegados de AUSAPE, tendrá lugar el próximo 6 de octubre, y a ésta le seguirán las programadas este año para los días 17 de noviembre y 1 de diciembre.

A lo largo de 2016 la ronda continuará los días 12 de enero, 9 de febrero, 8 de marzo, 12 de abril, 10 de mayo y 12 de julio.

En cada visita, abierta sólo a Asociados de Pleno Derecho, el número máximo de personas admitidas es de 15 y sólo se permitirá la inscripción de dos personas por empresa para que se puedan beneficiar el mayor número de empresas asociadas posibles.

Más información en el apartado de Eventos en la web de AUSAPE.



SAP ONE Support Launchpad, disponible a finales de octubre

En una serie de artículos de tres entregas, de las que ya ha publicado dos, SAP ha presentado el nuevo launchpad de SAP One Support, que ofrece un punto de entrada central a todas las aplicaciones de servicio y soporte de SAP. Desde abril de 2015 lo utilizan más de 15.000 clientes de SuccessFactors y a finales de octubre de 2015 también estará disponible para todos los usuarios de Large Enterprise.

Hace años que SAP viene ofreciendo a los clientes un punto de entrada central para la búsqueda de notas, la gestión de claves de licencia, las descargas de software o los artículos basados en el conocimiento como, por ejemplo, las guías prácticas. En 1997 esto se encontraba disponible en el SAP Service Marketplace, desde 2004, en el SAP Support Portal.

En el portal el cliente encuentra información y datos de todas las aplicaciones de servicio y soporte que garantizan el buen funcionamiento de una solución concreta. Sin embargo, para cada empresa integrada, como Ariba, Concur o FieldGlass, hay hasta ahora un portal de soporte específico. Esto ahora cambiará. En el marco del programa de soporte de SAP ONE, SAP está desarrollando el nuevo launchpad de SAP ONE Support, que reunirá todos los puntos de en-

trada de modo que en el futuro esté disponible un punto de entrada central, el launchpad de SAP ONE Support, para todas las solicitudes de servicio y soporte, independientemente de la solución utilizada.

En el primer artículo, SAP explica cuáles serán las ventajas del nuevo launchpad, que además de un punto de entrada central, ofrecerá una vista personalizada de las tareas, aplicaciones y soluciones relevantes para los usuarios, indicadores de rendimiento clave en tiempo real para un resumen rápido del estado de las tareas que se deben realizar e interfaces de usuario rápidas e intuitivas gracias a SAP Fiori.

En un segundo artículo, SAP destaca la filosofía sobre la que se construyen las aplicaciones del SAP ONE Support Launchpad, que incluyen la personalización y centralización, así como el concepto "Know me – Guide Me – Help me" y los beneficios de los usuarios.

Infórmate más en:

<http://news.sap.com/latinamerica/2015/07/29/sap-runs-simple-con-el-launchpad-de-sap-one-support/>

<http://news.sap.com/latinamerica/2015/09/01/los-tres-principios-del-launchpad-de-sap-one-support/>



an NTT DATA Company

Más del 50% de los empleados de Europa trabaja con dispositivos móviles. **Y todos quieren hacerlo de una manera simple, rápida e intuitiva.**

Por eso, **everis y SAP trabajamos juntos para ofrecer las mejores soluciones de movilidad.** Y siempre con la usabilidad como premisa.

attitude makes the difference

Consulting, IT & Outsourcing
Professional Services



España, en el puesto 17 del Índice de Conectividad Global 2015 de Huawei

El Índice de Conectividad Global 2015 de Huawei, un estudio comparativo de 50 economías en términos de conectividad, del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y de la transformación digital, proporciona un indicador de qué países se encuentran mejor preparados para el desarrollo y el crecimiento.

En general, el Índice de Conectividad Global 2015 muestra que el crecimiento del 20 por ciento en inversión de las TIC, aumentará el PIB de un país en un 1 por ciento. Éste también identifica cinco elementos facilitadores de la transformación digital: centros de datos, servicios de la nube, Big Data, banda ancha y el Internet de las Cosas. Estas tecnologías representan los objetivos en los que los agentes involucrados deberían centrar sus inversiones, con el fin de transformar de la manera más eficiente sus economías para la era digital.

El impacto positivo que un Mundo Mejor Conectado puede tener en cualquier país, social y económicamente, es evidente, y tiene una alta correlación con la dinámica alrededor de la oferta, la demanda, la experiencia y el potencial de conectividad, explica Huawei en el resumen ejecutivo. Medir, analizar, combinar y elaborar previsiones de múltiples dinámicas de conectividad no sólo puede determinar el estado actual de la salud económica de un país en relación con los restantes, sino que también puede predecirlo. Y esto es lo que hace este índice de calculando un Índice de Conectividad Global (GCI, en su siglas inglesas).

Según los datos de esta edición, Estados Unidos ocupa el puesto más alto entre los países estudiados, debido a la fuerza de su oferta y demanda de los servicios TIC y a su avanzado estado de adopción. Le siguen otras economías maduras como Suecia, Singapur, Suiza y Reino Unido, que completan el quinteto de los más avanzados.

España se sitúa en el puesto 17 del ranking en desarrollo y crecimiento de la economía digital, por detrás de los citados países, así como de Holanda, Dinamarca, Corea del Sur, Japón, Noruega, Alemania, Australia, Bélgica, Francia

y Nueva Zelanda. Sin embargo, está más avanzado con respecto a Italia, Portugal, Chile, República Checa, Emiratos Árabes o China, y el resto de los 50 países que conforman la lista.

España es el país que abre el grupo que el informe denomina Seguidores, y que sigue al grupo de los Líderes. Según Huawei, algunos países de los que se encuentran en el grupo de nuestro país, evolucionan a un ritmo elevado, mientras otros son menos agresivos. España es un buen ejemplo de un seguidor con un ritmo de progresión elevado, si bien es uno de los países 'desarrollados' que no han logrado entrar en la categoría de líderes, señala el estudio.

Chile (en el puesto 18), Emiratos Árabes Unidos (en el 22) y China (en el 23) lideran los mercados emergentes, caracterizados por una fuerte adopción móvil y el acceso general que a menudo es comparable con los mercados desarrollados. Sin embargo, están en la cola en inversión en centros de datos y otros elementos básicos de la infraestructura de las TIC. La inversión en centros de datos de los países desarrollados, tres veces mayor al de los países en vías de desarrollo, es el principal catalizador de la proliferación de la nube.

Informe completo en este link: www.huawei.com/gci

Cinco elementos facilitadores de la transformación



Los servicios en la nube son la fuente de capacidades de cálculo necesarias para crear archivos digitales.



La IoT incluye los dispositivos y sensores en la frontera del ecosistema digital que hacen posible el desarrollo de nuevos productos y servicios conducentes a nuevos modelos de negocios y valor digital.



Big Data y las analíticas son las tecnologías que permiten la conversión de activos digitales en valor digital en forma de servicios.



La Banda Ancha es la carretera que conecta todos los centros digitales, y hace posible proporcionar valor digital en la economía digital. La banda ancha conecta el núcleo de red con la frontera de la red.



El Centro de Datos es el corazón del cálculo y el almacenamiento, y recoge, procesa, almacena y desarrolla activos digitales que se utilizan para crear valor en la economía digital.

(v) hybris

Plataforma líder en
e-commerce

¿PREPARADO PARA

VENDER?



Adaptación sectorial: herramienta adaptable a cualquier tipo de negocio.

Multicanal: venta unificada a través de medios físicos y digitales.

Sencilla: facilidad de uso para clientes y empleados.

Personalización: capacidad de adaptarse a las necesidades de marca.

Integrable: se integra con sistemas SAP y no SAP.

Ágil y escalable: comienza con una tienda básica y evoluciona a la medida que crece el negocio.

Alcanza nuevos clientes: rompe las barreras de idioma, moneda y de localización.



altim[®]
Acelera tu negocio



AUSAPE firma también un acuerdo con el Máster SAP-UPM

AUSAPE ha firmado con el Máster SAP en Sistemas de Información Integrados (ERP) de la Universidad Politécnica de Madrid, por el que se establece un marco de relaciones entre ambas entidades.

El acuerdo incluye acciones encaminadas a contribuir al conocimiento del programa y la formación en SAP gestionada por el TIGE (Grupo de la Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicación que gestiona el Máster). Los Asociados de AUSAPE y sus familiares podrán beneficiarse de condiciones especiales (descuento en la matrícula y posibilidad de fraccionar el pago sin incremento de coste) para acceder al programa Máster a partir de la promoción que comenzará el próximo 26 de octubre de 2015.

El Máster SAP-UPM va dirigido a titulados universitarios, tanto de carreras técnicas como de otro ámbito, con y sin experiencia profesional, con conocimientos en algún entorno de desarrollo software a nivel de programación. El programa aborda ABAP, ABAP for HANA y formación centrada en User Experience (HTML5, SAPUI5 y SAP Fiori).

Todos los alumnos tienen la posibilidad de obtener la certificación oficial de SAP "ABAP Workbench" (sin coste adicional) y "SAP Fiori Implementation and Configuration" (con condiciones económicas especiales).

Los alumnos que realizan el Máster inician su carrera profesional en SAP a través de las prácticas profesionales que desarrollan en las empresas colaboradoras del Máster y gracias a este acuerdo se pretende ampliar la colaboración entre el Máster y las empresas del sector.

AUSAPE también podrá solicitar su colaboración para celebrar reuniones de los Grupos de Trabajo, a las que podrán asistir los alumnos de los cursos, mientras que TIGE podrá solicitar la participación de los miembros de la Asociación en calidad de docentes, acordando con ellos las condiciones de la relación en sesiones especiales.

Más información en:

www.mastersap.tige.iior.etsit.upm.es



El CEO de Tecnom, en el Consejo Asesor de DigitalEurope



Javier Martín, Consejero Delegado de Tecnom, representará al sector TIC español dentro del Consejo Asesor Digital (DAC) de DigitalEurope.

DigitalEurope, que representa al sector de tecnología digital, ha anunciado recientemente la creación de este órgano de gobierno, que estará conformado por una treintena de directores ejecutivos de empresas tecnológicas europeas y líderes empresariales europeos de la mayoría de las grandes compañías tecnológicas del mundo.

Este DAC, que se ha creado pocos meses después de que la Comisión Europea anunciase la estrategia del Mercado Único Digital, asesorará a los altos cargos políticos de la UE en el ámbito de las nuevas tecnologías y el sector TIC industria TIC.

AUSAPE crea la Delegación de Baleares

AUSAPE ha abierto Delegación en Baleares. Al cierre de esta edición, la Asociación había ultimado los detalles de la reunión que sirvió de lanzamiento de esta nueva representación.

AUSAPE convocó en el hotel Tryp Palma Bosque una reunión abierta a todos los clientes de SAP en la zona, asociados y no asociados, si bien los representantes de las empresas asociadas tuvieron prioridad en la inscripción.

La bienvenida al acto corrió a cargo de Gerard Pasán, de Grupo Iberostar y Delegado de AUSAPE en Baleares. Posteriormente se celebraron ponencias sobre SII y Cret@, de la mano de Stratesys y EPI-USE, respectivamente. Durante la mañana, Bussap Consulting impartió también una sesión sobre SAP Fiori/UI5.

La agenda se completó con una charla sobre las actividades de la Delegación para 2016.





Expertos en soluciones SAP

- Asesoramiento y venta de Licencias
- Proyectos de Implantación SAP
- Soporte y Mantenimiento de Sistemas SAP
- Formación para Usuarios SAP

Expertos en Sostenibilidad

Un sistema capaz de garantizar la sostenibilidad económica, social y medioambiental del proyecto empresarial hoy y en el futuro.

EHSM Gestión de Riesgos Operacionales

EC Gestión Medioambiental

WA Gestión de Residuos

DGM Mercancías Peligrosas

IHS+OH Prevención de Riesgos Laborales

SuPM Sustainability Performance Management



info@i3s.es
www.i3s.es



Ingeniería de Integración de Sistemas de Información, S.A.

i3s Madrid

Conde de Peñalver, 17
28006 Madrid
Tel. +34 91 432 18 33

i3s Bilbao

Alda Urquijo, 18 - 1º dcha.
48008 Bilbao
Tel. +34 94 418 02 61



Atos proporcionará a Siemens una plataforma SAP HANA basada en los servidores Bullion

Siemens ha firmado con Atos un contrato de 6 años y varios millones de euros para proporcionar una plataforma Cloud construida sobre SAP HANA y basada en los servidores Bullion para sus Data Services, de cara a satisfacer la creciente demanda de negocio. La plataforma se desplegará en todo el mundo para apoyar a más de 100.000 empleados de todo el Grupo Siemens.

Se trata de un contrato vanguardista, en términos de tamaño y también de tecnología, que incluye tanto el hardware como el software de Bull y EMC. Cuando se haya completado, este proyecto será una de las mayores implementaciones de la plataforma SAP HANA en el mundo.

Atos dispone de una propuesta de valor integrada en SAP HANA y SAP S/4HANA: **capacidades de consultoría S/4 HANA** (más de 1.000 consultores formados en S/4 HANA y un centro de excelencia global), **herramientas y aceleradores para la migración, servicios de Hosting y Cloud flexibles** y es **líder en HANA appliance** con los procesadores **Bullion**.



La Vicepresidenta de AUSAPE, en Gestiona Radio

Mónica G. Ingelmo, Vicepresidenta de AUSAPE en representación de Orange España, fue entrevistada en el programa Pulso Empresarial, de Gestiona Radio, el martes 15 de septiembre, en el espacio en el que SCL Consulting colabora semanalmente.

Acompañada por Sergio García Porcar, Socio Director de SCL, la Gerente de Beneficios y Administración de HR de Orange repasó cómo se está llevando a cabo la transformación digital en el sector de las Telecomunicaciones, qué implicaciones tiene en los modelos de negocio, qué papel juega en la disrupción digital el auge de las nuevas tecnologías y qué importancia tiene la innovación en este proceso de cambio. Además, explicó cómo están captando las operadoras el nuevo talento digital.

La vicepresidenta de AUSAPE defendió la importancia de la innovación en la economía digital, y la necesidad de apostar por modelos transformadores. “Las que no lo estén haciendo, desde luego, deberían. Preparando esta entrevista, leí un artículo muy interesante. El presidente EMEA de CA Technologies, Marco Comastri, habla de un 'darwinismo digital' y señala que en 1960 la vida media de las compañías era de 60 años, mientras que en 2020 será de 20”, explicó.



Como sostenía Darwing, la evolución de la humanidad está ligada a la capacidad de adaptación. En este sentido, la aproximación de las empresas al mercado tiene que ser más ágil si quieren seguir siendo competitivas. El mundo digital está cambiando muchas cosas y las compañías tienen dos escenarios: uno es comportarse como si nada estuviera sucediendo, que es la opción más arriesgada, y la otra es incorporarse a la nueva oportunidad.



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®

AUSAPE participará en Barcelona en el evento de SAP sobre Transformación Digital

SAP celebrará el próximo 20 de octubre en el Teatre Nacional de Catalunya un evento sobre la transformación digital, donde se analizarán los principales factores de cambio que traerá consigo esta evolución, que implica dotar a las organizaciones de una nueva forma de trabajar más eficiente, de la capacidad de explorar nuevas oportunidades de negocio, ofreciendo a los clientes productos y servicios adaptados a sus necesidades.

Para esta convocatoria se ha diseñado una completa agenda que contará con oradores por parte de SAP como João Paulo da Silva, Director General de SAP España y Eric Verniaut, Senior Vice President Industries EMEA, y también de los partners patrocinadores.

El Presidente de AUSAPE, David Ruiz Badia, participará en una mesa redonda titulada "Transformación digital: evolucionar o desaparecer", junto con Joaquín Reyes, CIO de Cepsa, y Patxi Jimeno, IT Director de Barceló Viajes.

El evento contará también con la exposición de las experiencias que han tenido con SAP HANA empresas como la propia Barceló Viajes, Revlon y Codorníu. Será Xavier Ballart, también miembro de la Junta Directiva de AUSAPE, quien explicará el proyecto de migración a SAP HANA de la empresa.

Más información en www.transformaciondigitalcat.com

Nuevos Asociados

A partir de ahora la Revista AUSAPE informará de las nuevas empresas que se incorporan a la Asociación.

En este número damos la bienvenida a:



BUENAVENTURA GINER (GRUPO GINER)

Fabricación de rodamientos, transmisión de potencia, neumática, estanqueidad y herramientas

www.giner.es



COFARTE

Distribución de medicamentos

www.cofarte.es



DEOLEO

Alimentación (especializada en aceite de oliva)

www.deoleo.com



GIRBAU

Fabricación de maquinaria de lavanderías

www.girbau.es



HELADOS ALACANT

Fabricación de helados artesanos

www.heladosalacant.com



INMOBILIARIA COLONIAL

Sector inmobiliario

www.inmocolonial.com



ITCONIC

Soluciones tecnológicas y servicios de información de negocio

www.itconin.com



METROVACESA

Sector inmobiliario

www.metrovacesa.com



MOBILIARIOS ROYO (Royo Group)

Fabricación de muebles de baño

www.royogroup.com



SCHINDLER

Fabricación, instalación y mantenimiento de ascensores, escaleras mecánicas, rampas y andenes, etc.

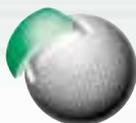
www.schindler.com/es/internet/es/home.html



STARGLASS

Fabricación de lunas para automoción

www.starglass.es



REALTECH

ESPAÑA & LATAM

TU PREMIUM LOCAL PLAYER



ES AHORA

TECHEDGE

PREMIUM GLOBAL PLAYER

ESPAÑA & LATAM

TU PREMIUM GLOBAL PLAYER



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

www.techedgegroup.es



Luis Martín
CEO del Grupo Barrabés.biz



Industria 4.0: una industria como servicio (I)

Como nos recuerda la conocida cita, “no vivimos una época de cambios, sino un cambio de época”, y sin temor a exagerar podemos decir que la industria es una pieza fundamental de cara al futuro.

Como ocurriera con la primera Revolución Industrial, la magnitud de los cambios hace muy difícil (si no imposible) saber cómo será el mundo en el futuro. No sólo son cambios grandes, sino que además se dan en multitud de aspectos.

Nadie podía imaginar hace apenas 150 años un mundo conectado por el transporte y las telecomunicaciones, donde hubiera sistemas nacionales de escolarización en medio mundo y la esperanza de vida media superara los 70 años.

Pero a diferencia de entonces, en la actualidad ese futuro tan incierto no será dentro de 100 o incluso 50 años, sino 20 ó 10. Son tiempos de gran complejidad, y de un cambio que no es sólo constante, sino acelerado.

Todo está cada vez más conectado, y unos cambios se componen con otros como nunca antes había ocurrido. Con todos sus defectos, la ciencia forma una red auténticamente global, y poco a poco lo van haciendo la innovación empresarial, las ciudades, e incluso los medios rurales.

Este entorno se caracteriza por crear un estado de hiper-competitividad del que no vive ajena la industria. Vivimos en tiempos del denominado Red Queen Effect: la necesidad de evolucionar constantemente tan sólo para no perder terreno.

Junto con la globalización, la digitalización es en última instancia el principal habilitador de esta hipercompetitividad. En industria, ha permitido desde hace décadas una continuación natural de la búsqueda de productividad iniciada con el fordismo, mientras que en otros sectores la digitalización de procesos empresariales es un área largamente desarrollada.

Sin embargo, lo más interesante del momento actual tiene que ver más con otra vertiente de digitalización.

La nube, el desarrollo de marcos metodológicos para el desarrollo de proyectos innovadores o la re-dirección de capital han disminuido increíblemente muchas de las barreras de entrada tradicionales. Miles de startups definen nuevos modelos de negocio, reintermediando y desintermediando sectores enteros. Mientras el mundo desarrolla la economía del emprendimiento, muchas grandes empresas abrazan la innovación abierta.

Esta otra corriente de digitalización viene liderada por aquellos sectores más cercanos al cliente. Y éste es el gran cambio. En ellos, el foco de la digitalización se dirige del interior al exterior, de la eficiencia de los procesos al usuario. Sin olvidar la siempre incesante necesidad de mejora de la productividad, ahora debe compartir relevancia con la necesidad de mejorar la experiencia de usuario.

El retail por ejemplo es buena muestra de ello. El auge del eCommerce se debe a que no es sólo un nuevo canal, sino una nueva forma de entender al cliente, de monetizar el negocio e incluso de entender la propia empresa.

Poco a poco estas capacidades van saltando barreras, y los consumidores exigen experiencias similares en todos los sectores. Una oferta hiper-personalizada se hace necesaria, no sólo adaptada a cada cliente sino basada en el contexto, el momento, el lugar..., incluso en el estado de ánimo, por qué no.

Inevitablemente, estas demandas se mueven aguas arriba, impactando profundamente a la industria. Se difumina la separación con el sector servicios, transformando por completo su funcionamiento.

Todo está cada vez
más conectado, y unos
cambios se componen
con otros como nunca
antes había ocurrido.



Donde antes la industria tuvo que integrarse para formar una red que aumentara la productividad, la calidad de la producción o el servicio B2B, cada vez más tiene que integrarse con la vista puesta en el usuario final.

Y además tiene que hacerlo deprisa. Una economía en hipercompetencia es una economía más eficiente que obliga al oportunismo y que hace de la agilidad una capacidad esencial a desarrollar. En muchos sentidos, debe mirar un poco menos a lean manufacturing y un poco más a lean startup.

Al mismo tiempo, el mundo vive sometido a grandes desafíos en sostenibilidad. Se estima que para 2050 necesitaremos producir el doble de alimentos usando la mitad de recursos que hoy (como agua, energía o fertilizantes), mientras cada año se destruye el 1 por ciento de la superficie cultivable. En los próximos 15 años se estima un aumento de la demanda de energía del 56 por ciento.

La industria de valor añadido supone globalmente alrededor del 16 por cien del PIB y el 14 por cien del empleo, y tradicionalmente ha constituido el principal ascensor social. Sin duda, cualquier modelo de futuro debe tener a la industria como un eje fundamental.

Industria 4.0 o new manufacturing es el término “paraguas” que encierra la semilla de la IV Revolución Industrial, con unas mejoras de productividad superiores al 40 por cien. Engloba la

visión de una nueva industria que nace con el gran desafío de reinventarse para ser el principal impulsor de la solución, en lugar de una parte fundamental del problema. El desafío es grande: impulsar la sostenibilidad ambiental, contribuir a la inclusividad de la economía, permitir un nuevo paradigma de servicio al cliente, etc.

Para ello, debe desarrollar nuevas capacidades que requieren de la introducción de tecnología, pero también de nuevas formas de gestión, de organización, modelos de negocio...

La hiper-conectividad trae la promesa de la unión inteligente de personas, negocios, procesos y objetos, habilitando las visiones extremo a extremo y haciendo que converjan las redes de negocios y clientes. La impresión 3D promete la personalización y la democratización de la industria, y la inteligencia artificial promete que esa personalización sea automatizada y en tiempo real.

Si por un momento somos capaces de contener el vértigo que produce esta visión, seremos capaces de apreciar las increíbles oportunidades que encierra. La gran apuesta a la industria 4.0 de gobiernos como Alemania, EEUU o China con testigos de que una nueva gran ola de industrialización está por venir. Más capaz. Más humana.



EGIPTO

**ÁNGEL LUIS BARREIRO
BERMÚDEZ**

Jefe de Proyecto de TecnoCom.
Proyectos y Aplicaciones

Arrancando entre tanques

Entre mayo de 2010 y abril 2011 estuve viajando a Egipto por motivo de un proyecto de implantación SAP que se desarrollaba en dos localizaciones, una en El Cairo y otra en la planta situada en la zona franca del puerto de Damietta. Para llegar de un lado a otro viajábamos en coche con conductor. Cada viaje era como participar en una carrera de la NASCAR (National Association for Stock Car Auto Racing), yendo a toda velocidad, realizando adelantamientos imposibles y colándose por espacios milimétricos, todo ello mientras hablaba por el móvil. Por el camino nos

íbamos encontrando con numerosos accidentes de tráfico, esperando no sufrir el mismo destino. Siempre veíamos cosas curiosas, como ocho personas en una moto, un hombre con un burro en una lancha de remos, coches decorados con leds que parecían árboles de Navidad...

Las dos primeras semanas en Damietta estábamos alojados en un hotel en el medio de la nada y que estaba situado al lado de unas vías de tren de mercancías que tenía la mala costumbre de pasar por las noches tocando la bocina. Justo al lado del hotel había un burro al que le daba por ponerse parlanchín por las noches. Por si no era suficiente, había dos fases de rezo, una entre las 3 y las 4:30 de la mañana y otra entre las 5 y las 6:30 de la mañana, que emitían por megafonía a todo volumen. Con lo cual entre rezos, burros y trenes, dormir era un reto imposible. Afortunadamente en los siguientes viajes nos cambiamos a otro hotel, algo más lejos de la planta, pero mucho más tranquilo.

El Cairo es una ciudad impresionante pero también una de las más contaminadas del mundo con una nube de smog permanente. Resultaba curioso ir paseando por la ciudad, a 45°C, y ver carnicerías con la carne colgada al aire libre en la calle, rodeado de moscas y pescaderías con el pescado en cajas también en plena calle. Hay zonas de inmensa riqueza con coches de lujo y zonas de pobreza extrema como la Ciudad de los Muertos, o Necrópolis, que es un cementerio en el que viven, según dicen, más de 4 millones en condiciones extremas dentro de los mausoleos.

Resultaba también curioso ir al Han El Halili, un mercado antiguo, en el que cualquier persona local hablaba múltiples idiomas de cualquier parte del mundo.

LA PRIMAVERA ÁRABE

Aunque el tiempo que estuve en Egipto dio para muchas anécdotas y curiosidades, sin duda lo más significativo fue haber vivido de cerca la Primavera Árabe ya que se trata de un acontecimiento único. En pleno arranque del proyecto, el 25 de enero, la población ocupa la plaza Tahrir para derrocar al presidente Mubarak. Nuestro hotel estaba cerca de esta plaza y podíamos ver a los militares con metralletas, los tanques y escuchar a los aviones sobrevolar la zona. Al día siguiente tomamos un avión de vuelta a España, uno de los últimos, ya que posteriormente cerraron el aeropuerto y el espacio aéreo sobre Egipto.

Volvimos a finales de febrero y aunque la situación estaba más tranquila, ya que el ejército había declarado su apoyo a la población, era intimidante ver cada cien metros un puesto de militares con metralletas y cada 500 metros un tanque. No sólo en El Cairo, sino también durante todo el trayecto hacia Damietta había múltiples tanques y puestos de militares. La entrada a la planta estaba custodiada por un tanque y varios militares con metralletas. Te daba al mismo tiempo una sensación de seguridad pero también de incertidumbre. Afortunadamente el ejército cumplió y defendió a la población.



¿Conoce el camino a la simplificación?

La transformación digital implica la adopción de tecnologías como SAP HANA.
Y eso ya no es una opción, sino una necesidad

Sea cual sea el tamaño o sector de su compañía, deberá **afrentar la transformación digital para “no quedarse fuera del negocio”**, ganar competitividad y evolucionar al mismo ritmo que lo hacen sus clientes.

SAP HANA facilita el procesamiento de la **información en tiempo real** y permite aprovechar la información disponible de forma **optimizada en la toma de decisiones** gracias a su simplicidad de uso.



John Deere se moviliza con Movilizer

Los procesos clave de venta ahora están en la palma de su mano

Movilizer ha desarrollado e implementado un sistema “cloud” de gestión de documentos y configuración del producto para John Deere como solución de movilidad, que ahora sirve como una herramienta de apoyo crucial para su equipo de ventas europeo. A través de esta aplicación, los equipos de campo de John Deere pueden afrontar los retos del de ventas del, al ser una aplicación móvil y tener acceso a la información importante siempre actualizada, tanto si están “on-line” como “off-line”, en cualquier momento. El tiempo de preparación de ventas disminuyó de semanas a minutos.

EL OBJETIVO - NECESITAMOS MOVILIZARNOS

Siendo coherente con la tendencia actual de convertirse en móvil y ágil, fuera y dentro de su empresa, John Deere buscó una solución para apoyar sus procesos de ventas. Esta solución debía ser lo suficientemente flexible como para integrar la documentación compleja y multimedia en una aplicación móvil y sincronizar automáticamente con cada actualización de documento en la base de datos. Tenía que ser accesible a todos los representantes de ventas, online y off-line, en cualquier momento y en cualquier lugar. Debía ser capaz de distinguir entre los representantes de ventas internos y externos, disponible en varios idiomas y diferenciar el contenido por país. Además, la solución debería ser suficiente flexible para ampliar la aplicación con las características y desarrollos futuros, y ser capaz de funcionar en Android, así como los dispositivos que funcionan con iOS. El equipo directivo de John Deere quería ser capaz de cambiar el contenido de la aplicación independientemente del desarrollador. Finalmente, la solución debía cumplir con los altos estándares de seguridad de la compañía.

LA SOLUCIÓN - TAN SIMPLE COMO UNA APLICACIÓN

La “Salesman Application”, desarrollada por Movilizer, fue capaz de cumplir con las expectativas de John Deere. Incluso las superó al pasar de anteproyecto a la entrada en funcionamiento con el piloto en aproximadamente ocho semanas, gracias a su sistema modular inteligente. La aplicación completa, que fue diseñada específicamente para las necesidades de John Deere, se



empezó a desplegar nueve meses más tarde. Incluía todos los datos relevantes de ventas tales como la gama de productos, especificaciones, vídeos y documentación, precios y la combinación de productos y repuestos, así como un sistema de pedidos y detalles de la entrega. Todo disponible en diferentes idiomas.

John Deere implementó la aplicación en Alemania, Reino Unido y Francia. Los representa-

tes de ventas fueron capaces de mostrar videos, folletos, flyers y powerpoints de los nuevos tractores y cosechadoras a sus clientes sin necesidad de formación adicional, ni de una gestión de los cambios compleja.

En menos de 1 año, más de 2.000 representantes de ventas en 15 países europeos han adoptado la aplicación.

MEJORAS DE LA APLICACIÓN Y NUEVOS PROYECTOS

Medio año después de su lanzamiento inicial, se puso en marcha la primera mejora del “Salesman Application” con la introducción de:

- El “Front Loader Configurator”, una herramienta inteligente para ayudar con la información y el ajuste de todas las opciones de la parte frontal para un producto elegido. Junto con el cliente, el representante de ventas ahora puede personalizar y ajustar cualquier maquina e incluirlos inmediatamente en el pedido. Un año después, en junio de 2015, se abordó la segunda mejora, incorporando:



La empresa

Deere & Company - comúnmente conocida como John Deere - es uno de los mayores fabricantes del mundo de maquinaria agrícola y un importante productor estadounidense de la construcción, la silvicultura y equipos de jardinería y cuidado de jardines. La empresa cuenta con fábricas en todo el mundo y vende sus productos en más de 160 países a través de distribuidores minoristas independientes: cuenta con casi 5.000 representantes de ventas en todo el mundo.

- La **“Baler Cost Calculator”**, en la que los representantes de ventas pueden comparar empacadoras John Deere con otras marcas conjuntamente con el cliente. Cuanto más alto es el ROI (retorno de la inversión) de una empacadora John Deere más fácil es convencer al cliente y conseguir el pedido.

Gracias a la flexibilidad ofrecida por la tecnología cloud, Movilizer pudo ofrecer a John Deere una solución móvil para los dos proyectos más pequeños relacionados con Ventas. Para cada uno de los proyectos se ha desarrollado una aplicación independiente:

- Una aplicación de **“Lead Management”**, que se utiliza principalmente durante las ferias y conferencias para registrar todos los clientes potenciales, incluyendo sus detalles de información y descripción de interés
- Una aplicación **“Formulario de lanzamiento”** que organiza la concesión de permisos para los derechos de uso on-line y off-line de fotos del cliente. A través de esta aplicación, John Deere puede gestionar los aspectos legales de su material de promoción más rápida y eficiente.

EL RESULTADO - VENTAS INTELIGENTES QUE SE APOYAN EN LA MOVILIDAD

Las tres aplicaciones basadas en la plataforma Movilizer permitieron a John Deere ganar tiempo, sustituir los formularios en papel y actualizaciones manuales de documentación y pedidos. Ofreciendo trabajar con dispositivos móviles modernos (smartphones, tablets,...) que han aumentado la motivación de sus representantes de ventas.

“Con la Salesmen App pudimos hacer frente a la demanda de movilidad y la necesidad de facilitar y agilizar los procesos de ventas, al mismo tiempo que estos procesos eran mucho más eficiente, exactos y completos”, concluye Stefan Muegge, Gerente de E-Business de John Deere Europa.



*“Nuestros equipos de campo se benefician rápidamente de la nueva aplicación. Les ahorra mucho tiempo y esfuerzo durante los preparativos de sus ventas”, explica **Stefan Muegge**, Gerente de E-Business de John Deere Europa*



Arnau Rovira
SAP Digital Manager



an NTT DATA Company

Diseñando emociones. La importancia de la experiencia de usuario

Imaginemos uno de aquellos libros que nos morimos por leer porque todo el mundo nos ha hablado maravillosamente de él. Lo compramos online el mismo día que empezó la pre-reserva, hace ya algunas semanas, pero no nos conformamos con la versión digital, así que encargamos la mejor edición impresa y pedimos que nos lo enviaran a casa. Estas semanas de espera se nos han hecho largas, y no hemos dejado de fantasear con el momento de tenerlo en nuestras manos.

Nos acaba de llegar a casa el paquete que tanto esperábamos; ahí está el libro dentro de un fantástico estuche, envuelto en un papel decorado de forma minimalista, que abrimos con una prisa descuidada.

Lo abrimos, revisamos la encuadernación, nos fijamos en todos los detalles de la portada, pasamos las yemas de los dedos por el relieve del título, notando la irregularidad de las letras, cuidadosamente estudiada. Lo abrimos, deslizamos los dedos distraídamente para notar la textura de las páginas, acercamos nuestra nariz lentamente a la primera página para poder sentir ese olor característico de libro nuevo, recién estrenado; nos evoca una sensación de bienestar y excitación, todo parece perfecto. Estamos listos para algo más que leer un libro, nos preparamos para tener una experiencia.

El deseo de comenzar a leerlo es tan grande que no podemos evitar empezar de inmediato. Nos disponemos a pasar la primera página y descubrimos, sorprendidos, que la misma está pegajosa. Tanto es así que nos resulta difícil pasar a la siguiente página sin arrancar parte del papel. El desconcierto va en aumento cuando vemos que la siguiente página está igual y, acaloradamente, enseguida nos damos cuenta que todas las páginas tienen el mismo problema.

Nos desilusionamos. Aquella experiencia que imaginábamos extraordinaria, que hace escasos segundos llenaba nuestros pensamientos de forma acelerada, que saciaba nuestra necesidad de estímulos ofreciéndonos un viaje a través de nuestras propias fantasías, de repente se desvanece entre nuestras manos y nos invade un sentimiento mezcla de decepción y tedio.

Este ejemplo, que quizás pueda parecer lejano al ámbito del diseño de aplicaciones, nos sirve sin embargo para entender la

importancia de ofrecer una buena experiencia de usuario en cualquier ámbito, y que por tanto ofrecer una mala experiencia a nuestros usuarios o clientes puede tener un impacto negativo en sus emociones, lo que puede llevar al fracaso en la implantación de las aplicaciones que diseñemos.

La experiencia del usuario, o User Experience (UX) es, en ocasiones, una prioridad baja para muchas empresas. Pensamos que ofrecer un contenido de calidad es suficiente para satisfacer las necesidades de nuestros usuarios y clientes. Sin embargo, no todas las empresas tienen en cuenta que la forma en que se consuma ese contenido, es decir, la experiencia que ofrezcamos a nuestros usuarios y clientes, puede tener un impacto emocional en su percepción sobre la empresa.

Los usuarios son cada vez más exigentes y nuestra estrategia tiene que asegurar su satisfacción en cuanto a experiencia de usuario se refiere.

Ya no nos basta únicamente con ofrecer un contenido de calidad a nuestros usuarios y clientes, ni tampoco con asegurarnos que pueden consumir ese contenido desde cualquier dispositivo, en cualquier lugar y en todo momento. Los usuarios son cada vez más exigentes y nuestra estrategia tiene que asegurar su satisfacción en cuanto a experiencia de usuario se refiere.

De esta forma, al diseñar, construir y poner en marcha soluciones, debemos adaptar nuestras metodologías para que no queden obsoletas, e incluir las fases y tareas necesarias para dar respuesta a esta necesidad cada vez más extendida. Adaptarnos a esa realidad que nos indica que ya no se trata únicamente de diseñar, construir e implementar soluciones, sino de transmitir emociones.

Ejemplo de las fases (tradicionales y nuevas) de un proyecto típico de implantación de una aplicación.

Para que la experiencia de los usuarios y clientes resulte satisfactoria cuando diseñamos una aplicación, la estrategia de UX se debe apoyar en algunos pilares fundamentales, como:

- **Funcionalidad:** la aplicación debe ofrecer las funcionalidades que el usuario espera tener.
- **Usabilidad:** la aplicación que diseñemos debe ser simple de usar.
- **Utilidad:** todo lo que el usuario necesita debe estar disponible y todo lo que está disponible debe ser de utilidad para el usuario.
- **Accesibilidad:** el acceso a la información debe ser fácil para todos los tipos de usuario que vayan a usar la aplicación.
- **Emocionalidad:** la aplicación debe ser capaz de crear un vínculo emocional con el usuario: si algo nos gusta, lo utilizamos más y mejor.
- **Agilidad:** la rapidez en el acceso a la información, la fluidez en el uso de la misma y evitar tiempos de espera innecesarios son aspectos vitales para asegurar la satisfacción del usuario.
- **Homogeneidad:** los usuarios esperan tener la misma experiencia independientemente del dispositivo que estén utilizando para acceder a la aplicación, así que la aplicación debe ofrecer una experiencia de usuario homogénea en todos los dispositivos.

En consonancia con estas tendencias, cuyo avance se antoja inexorable, SAP está orientando sus productos y servicios poniendo al usuario en el centro de su estrategia (lo que llamamos Diseño Centrado en el Usuario, o User-Centric Design) y proponiendo tecnologías orientadas a ofrecer la mejor experiencia de usuario posible.

De esta forma, SAP promueve la adopción de Design Thinking como estrategia de diseño de aplicaciones, ya que facilita la identificación de las necesidades de los usuarios desde el principio y da soporte al análisis de las expectativas en cuanto a experiencia se refiere, haciendo partícipes de la definición y conceptualización de las aplicaciones a los propios usuarios que las utilizarán posteriormente.

En el aspecto más puramente tecnológico, SAP propone el uso de SAPUI5 como framework de desarrollo de aplicaciones y ofrece



SAP Fiori como conjunto de aplicaciones estándar (basadas en SAPUI5) ya desarrolladas para cubrir los procesos de negocio más habituales, para minimizar el tiempo de desarrollo y construcción, agilizando la puesta en marcha de soluciones que mejoren la experiencia de nuestros usuarios y clientes. Esto facilita la consecución del éxito de las nuevas soluciones, poniendo la tecnología al servicio de las personas.

Orientar nuestra estrategia desde el punto de vista de la UX, poniendo al usuario como centro de esta estrategia, nos facilitará la consecución del éxito en la implantación de las aplicaciones, ya que nos permite obtener los siguientes beneficios:

- Aumento de la adopción de las herramientas por parte de los usuarios y clientes, al crear un vínculo emocional con la aplicación.
- Mejora en la productividad de los usuarios, al utilizar más y mejor las aplicaciones.
- Disminución de los errores e incidencias en el uso de la aplicación, al involucrar a los usuarios desde el principio y ponerlos en el centro de nuestra estrategia.
- Ahorro de los costes de formación, al diseñar la aplicación pensando en el usuario, ya que la aplicación funcionará exactamente como los usuarios esperan.
- Fidelización de clientes y empleados, al ofrecerles herramientas atractivas que se adaptan funcional y técnicamente a lo que esperan.
- Mejora en la eficiencia de los procesos de negocio, al aumentar la productividad de los usuarios y la adopción de las herramientas.

El paradigma digital está cambiando. Las aplicaciones están cada vez más presentes en los diferentes ámbitos de nuestra vida, y por tanto las experiencias de uso y las sensaciones que transmitimos con estas aplicaciones tienen un impacto directo en las emociones de las personas que las utilizan. Evolucionamos irremediamente para diseñar soluciones que transmitan emociones.

'Es muy probable que las mejores decisiones no sean fruto de una reflexión del cerebro sino del resultado de una emoción'.

Eduardo Punset



Guillermo Vera
D+I Practice Director en Techedge
España



Diseño centrado en el usuario

El paso necesario para abordar una correcta mejora en la Experiencia de Usuario



Si hacemos una búsqueda en Google de lo que es el Diseño Centrado en el Usuario (UCD, en sus siglas inglesas), el número de entradas que nos aparecen son varias órdenes de magnitud inferior al que nos aparece cuando buscamos el concepto Experiencia de usuario (UX). De igual forma, gran parte de los implicados en el diseño, implantación e incluso utilización de las interfaces de usuario, tienen un conocimiento aproximado del concepto UX. Mientras que cuando hablamos de UCD, el número de actores con una idea más o menos precisa es mucho menor.

EL CAMINO HACIA LA MEJORA DE LA EXPERIENCIA DE USUARIO

Cualquiera de nosotros (al menos mentalmente) sería capaz de proponer mejoras en la interfaz de usuario de una determinada aplicación o sistema. En este sentido, nuestro bagaje como usuarios utilizando aplicaciones de todo tipo, desde aplicaciones web implementadas con las últimas tecnologías de renderizado hasta Apps de móviles preparadas para interactuar de forma táctil o, incluso, mediante la voz, nos dan una idea general de lo

que podemos exigir a la hora de hacer uso de una aplicación o sistema.

Hemos de considerar que la mayoría de las mejoras que propondríamos serían réplicas de controles o funcionalidades que hemos utilizado en un determinado website o una app de nuestro smartphone. De lo que quizás no seamos conscientes es que estas funcionalidades parten, en muchas ocasiones, de un trabajo previo en el cual los usuarios se han visto involucrados en el diseño de dicha funcionalidad o mecanismo.

ENTONCES ¿QUÉ ES EL DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO?

Si bien el concepto general de Diseño Centrado en el Usuario o User Centered Design (UCD) sobrepasa el ámbito de interfaz de usuario, aquí lo vamos a tomar como restringido a este campo. El UCD se basa en un proceso en el que las decisiones de diseño están dirigidas por el usuario y sus requisitos, y donde la idoneidad del diseño es evaluada y mejorada de forma incremental e iterativa.

- Ayudas de búsqueda: que permiten la localización de un determinado dato, buscándolo en función de múltiples y complejos criterios.
- Forward navigation: que permite que con un sencillo doble-clic sobre un campo relevante, el sistema navegue a una nueva transacción relacionada para la gestión del elemento representado por ese campo.
- Homogeneidad de las pantallas, respecto a su composición, barras de herramientas, iconos etc.



Este proceso puede, a grandes rasgos, segregarse en cuatro fases:

- Identificar el target o personas a las que se dirige la solución, para qué la utilizarán y bajo qué condiciones.
- Identificar los objetivos del target de la solución.
- Producción de diseños de forma cíclica hasta llegar a la solución final.
- Evaluación de la solución con los usuarios para detectar posibles problemas.

¿CÓMO SE RELACIONA EL UCD CON LA UX?

Mientras que la UX (User Experience) es la disciplina general que busca la generación de una percepción positiva en la interacción hombre-máquina (recalquemos esto ya que la UX se introduce por completo en el campo de los sentimientos y las emociones), el Diseño Centrado en el Usuario es un proceso que, aplicado correctamente, favorece la mejora de la UX. En este sentido, el UCD es anterior a la UX y actúa como catalizador de la misma.

UN EJEMPLO CERCANO

Un buen ejemplo cercano de lo que puede ser el resultado de un Diseño Centrado en el Usuario: SAP GUI. Efectivamente, SAP GUI, el tantas veces denostado cliente desktop de SAP, es un claro ejemplo de producto resultante de un proceso de Diseño Centrado en el Usuario. Esto se puede ver en ciertas características que se han mantenido constantes desde sus primeras versiones y de las que citaré solo algunas de las más relevantes:

Pensemos por un momento cómo sería la relación de un usuario con sus aplicaciones SAP GUI sin estas características: cómo sería el trabajo de operador que necesita introducir un determinado material durante la creación de una orden de mantenimiento si no existiese la tecla F4 a la derecha del campo "Material". Cómo podría ese mismo operador ver las características detalladas de dicho material sin la funcionalidad "Forward Navigation" y qué ocurriría cuando entrase en esa nueva transacción y no encontrase los menús, barras de herramientas o de estado en los lugares distintos a los habituales.

Estas características son el resultado de un Diseño Centrado en el Usuario, algo que SAP tuvo siempre en cuenta a la hora de crear SAP GUI. Se podrá criticar que, desde un punto de vista estético, la apariencia es sin duda mejorable, pero las posibilidades que aportan estas características hacen que la relación del usuario con el sistema sea notablemente más satisfactoria.

USUARIO COMO SPONSOR DE LA SOLUCIÓN

Concluamos que hay distintas formas de mejorar la UX sin utilizar UCD. De hecho, existen otros enfoques: diseño centrado en el diseñador, diseño centrado en el contenido, diseño centrado en la tecnología, etc. Cada uno tiene sus pros y sus contras, pero la ventaja del Diseño Centrado en el usuario es que involucra al usuario en todas las decisiones relativas a cómo se efectuará la relación entre el hombre y el sistema, garantizando así que el usuario se convierta en sponsor de la solución.



María Fernández-Blanco
Especialista en Soluciones
de Banca



Antonio Vergara
Arquitecto de Soluciones
de Banca



S/4HANA y SAP Financial Services Network: el cóctel innovador del financiero de la empresa

La Tesorería Corporativa ha experimentado cambios drásticos en los últimos diez años. Las distintas crisis financieras y la globalización, han incrementado el número de regulaciones y el deseo de estandarización.

La industria está buscando maneras eficientes de cumplir con las nuevas regulaciones como pueden ser SEPA e ISO 20022. Los costes de liquidez o la búsqueda de eficiencia operacional son solo dos de los factores que están llevando a las corporaciones a evaluar a sus proveedores de servicios con más frecuencia y detalle. A los requisitos tradicionales, ahora se les suma la necesidad de mayor flexibilidad en todo lo relacionado con la conectividad con los bancos.

El tesorero tiene que ser capaz de comunicarse con sus interlocutores financieros –suelen ser múltiples bancos o entidades financieras–, con las opciones de conectividad dispo-

nibles. Estas incluyen conexión directa, conexión a redes de pago, a redes B2B y a otros proveedores de servicios de pago.

Los costes combinados de todas estas opciones son demasiado elevados y por lo general no proporcionan un roadmap a futuro para la expansión del servicio.

Una solución innovadora y flexible, que permita una relación multi-banco, capaz de hacer frente a las opciones de conectividad disponibles y totalmente integradas con los procesos principales de la empresa, es hoy más que nunca, una necesidad para garantizar el control de caja entre el banco y las distintas líneas de negocio de la empresa.

¿CONOCÉIS LOS INGREDIENTES DEL CÓCTEL PREFERIDO DE LOS FINANCIEROS DE LAS EMPRESAS?

A partir de ahora... ¡dejará de ser un secreto!

El cóctel se elabora en torno a la **“base”** única de **S/4HANA**, en su variante de **SAP Simple Finance**.

SAP Simple Finance se ejecuta en la plataforma SAP HANA y busca la simplificación de las operaciones de los departamentos financieros. Tiene el objetivo de ayudar a los CFOs a acelerar sus procesos, y que éstos puedan obtener la información que necesitan en tiempo real sobre una plataforma amigable, rápida y extremadamente fácil de utilizar.

Mucho hemos hablado acerca de este “ingrediente” en los últimos meses, por lo que el protagonismo se lo cedemos al **“cuerpo”** del cóctel, aquel ingrediente que, actuando sobre la textura del cóctel, aportará los aromas que se complementan con los de la base.

SAP Financial Services Network (SAP FSN) es una red segura, de propiedad y gestionada por SAP, que conecta a los

Clientes Corporativos con Bancos y otros proveedores de Servicios Financieros.

SAP FSN elimina la complejidad tanto del banco como de las empresas en todo lo relacionado con el enrutamiento y procesamiento de mensajes. Es una solución que no requiere de hardware adicional o software de terceros para poder ser instalado en cualquiera de las dos partes.

SAP FSN requiere de un único punto de integración a través del cual las cuentas por pagar/cobrar y la tesorería pueden realizar operaciones con todos los bancos con los que la corporación trabaja.

La combinación de SAP FSN con el ERP o con otras aplicaciones de gestión de SAP como base del cóctel gusta mucho, pero el sabor es único si la base es SAP Simple Finance. La razón es la complementariedad única de ambos sabores. La integración entre las dos soluciones es nativa.

Tenemos ya S/4HANA y a SAP FSN en nuestra coctelera, necesitamos ahora el **aditivo aromático**, el elemento que lo termine



Existen proveedores de servicio de mensajería entre el banco y la corporación con suficiente autonomía en la definición de formatos, reglas y conectividad, pero que en muchos casos necesitan costosos esfuerzos de integración.

Quizás sorprenda escuchar que hay más de 230.000 corporaciones a nivel mundial utilizando SAP, que el 85 por cien de las compañías de la lista Fortune 500 utilizan nuestras soluciones o que el 74 por ciento de los ingresos por transacción del mundo “toca” un sistema SAP.

de diferenciar y que dará al trago su sabor amargo, o dulce, y en algunos casos su color.

Hablemos entonces de la posibilidad de **desarrollar servicios de valor añadido sobre la plataforma de FSN**, que es mucho más que una solución de conectividad para pagos entre la empresa y el banco, es una plataforma para consumir nuevos servicios.

Ya existen una serie de servicios desarrollados, como puede ser el de gestión de tarjetas virtuales, ¡pero las posibilidades que se abren de desarrollo de nuevos servicios son infinitas!

EL DIFERENCIADOR

La información que se mueve en la red de mensajería, entre la empresa y el banco es delicada, por lo que más que nunca, hay que poder garantizar la seguridad en el intercambio de mensajes. La red deberá asegurar a ambas partes que el lenguaje en el que se hablan sea el mismo, teniendo que tener la capacidad de poder leer y unificar distintos formatos. Además, la red deberá de un modo sencillo y eficiente, recoger o entregar la información en la manera y/o forma que el banco o la corporación espera. Estos son los requisitos mínimos que se esperan de una red para responder a las necesidades de sus clientes.

La solución de SAP FSN es única en el mercado al ser capaz de cubrir no sólo los beneficios esperados, sino que además da la opción de desarrollar servicios de valor añadido sobre la plataforma.

Estos números prueban que muchas de las corporaciones están utilizando SAP ERP. Son empresas que tienen la necesidad de comunicarse con sus bancos y proveedores de servicios para el intercambio de ficheros e información. Además necesitan, que en la medida de lo posible, los ficheros que el banco les comparta, puedan ser cargados y reflejados en sus sistemas financieros, en su ERP o en el nuevo SAP Simple Finance, con el mínimo esfuerzo.

¿Qué mejor solución de mensajería para integrarse con el SAP Simple Finance que SAP FSN cuya integración es nativa?

Citibank y Visa son dos grandes corporaciones que ya han probado y disfrutado de este fantástico cóctel. Ellos lo han aromatizado con servicios exclusivos, dando a la bebida ese toque y sabor último que todo CFO quiere probar...

¡SALUD!





Javier Moreno de Arcos
Consultor experto de hybris, Altim



¿Preparado para vender más? Hybris, plataforma líder en e-commerce

Los canales de venta tradicionales están sufriendo en los últimos años una fuerte transformación digital basada en generar un negocio omnicanal. El objetivo es alcanzar el mayor número de clientes a través de todos los medios de comunicación por los que interactuamos con ellos, tanto físicos como digitales.

De cara a comenzar un proceso de transformación digital, la empresa debe tener en mente las **cifras actuales de e-commerce B2C en España y su previsión de crecimiento**, en las cuales ciertos sectores como los de venta de billetes de transportes, entradas de ocio y sector retail de ropa, toman una gran relevancia, puesto que sus cifras de ventas a través de canales online supusieron en 2014 el 59,4, 49,1 y 49,6 por ciento, respectivamente. Por otro lado, también el año pasado 14,9 millones de españoles realizaron compras en plataformas e-commerce.

Un dato a tener en cuenta es la viabilidad a corto y largo plazo, además del retorno de la inversión. Para 2016 se espera que en España haya un volumen de ventas en canales digitales por un valor aproximado de 1.900 millones de euros. La **media del retorno** de la inversión en la plataforma hybris se encuentra actualmente en cinco años, teniendo casos de recuperación en el primer año.

Además de todo ello, se deben observar las inversiones tecnológicas ya realizadas por la empresa y su posible continuidad de cara a rentabilizarlas.

Ante esta premisa, se ha buscado la forma de dar una solución única, idea de la cual surge **hybris e-commerce, plataforma de SAP** que introduce el comercio omnicanal en **una única herramienta**, ya que dispone de aplicaciones para realizar ventas desde tienda física, con movilidad aplicada por los comerciales, a través de call center y, a su vez, a través de una **tienda online abierta 24x7**.

Un dato a tener en cuenta es la viabilidad a corto y largo plazo, además del retorno de la inversión.

Gracias a esta **omnicanalidad**, se puede controlar el stock de almacén en tiempo real desde todos los medios, disponer siempre de información de precios y datos de productos únicos y actualizados, además de un repositorio único de clientes para analizar su información a la hora de realizar acciones promocionales de marketing.

Hybris permite una gran adaptación gracias a su modularización, la cual permite comenzar con un módulo básico y, posteriormente, añadir nuevos módulos y funcionalidades; y se adapta a los diferentes tipos de negocio, productos y clientes que puedan tener las empresas. Además de ello, dispone de un gran nivel de **usabilidad**, lo que reduce la tasa de abandono por parte de los clientes en la tienda online. Asimismo, los usuarios de negocio no necesitan de una formación específica para poder utilizar las consolas de administración de la herramienta.

Ante la premisa de que los clientes utilizan cada vez más los dispositivos móviles (no en vano, éstos representaron el 36,9 por ciento de las ventas online en 2014 gracias a su gran movilidad y conectividad), surge la necesidad de adaptar las plataformas para que los clientes puedan acceder a comprar y los empleados puedan gestionar la herramienta desde cualquier dispositivo. Para ello, hybris permite realizar un diseño único que se ajusta a todos los dispositivos mediante el uso de **diseños responsivos**.

Las ventas a través de cualquier canal tienden a ser más personalizadas, de aquí surge el **concepto de B2C2B** para las ventas

a empresas porque, tras toda venta, siempre hay una persona implicada en el proceso de compra.

Para ayudar a mejorar este **nivel de personalización** y poder llegar a los clientes, hybris permite segmentarlos a través de ciertos datos que se puedan recopilar a través de su navegación, como las compras que realiza, por su volumen, por el tipo de producto que ha comprado, o **segmentaciones** propias que la empresa puede realizar manualmente. La segmentación permite lanzar promociones específicas a ciertos grupos de clientes y, a su vez, facilitar la promoción de ventas y campañas de marketing que, si no se segmentan, lo más probable es que no haya una tasa adecuada de conversión.

Si hablamos de **tasa de conversión**, cabe destacar la importancia en la actualidad de estar **bien posicionados** en los principales navegadores de Internet, ya que muchos de los clientes potenciales pueden no conocer nuestra compañía pero estar buscando un producto o servicio del cual disponemos. La mayoría de búsquedas se realizan a través de buscadores como Google y Bing, y posicionándose en los primeros puestos a nivel de tienda y de productos, se consigue que estos clientes accedan a nuestra tienda y podamos **alcanzar un mayor número de ventas**. Esto, lógicamente, se transforma en un mayor beneficio para la empresa.

Para ello, hybris cuenta con una funcionalidad que permite introducir información específica para posicionar la tienda a nivel global, cada categoría de productos (agrupación de productos por características similares) y cada producto en concreto. Esto conlleva una ventaja frente a competidores que no dispongan de ello.

Otro punto importante a tener en cuenta, es la posibilidad de continuar utilizando las herramientas ya adquiridas a nivel empresarial como puede ser un sistema ERP. Para ello, hybris **permite**



comunicarse directamente con sistemas SAP y no SAP a través de diferentes canales de comunicación para, de esta forma, disponer de toda la información sobre productos, precios, stock, clientes y otras configuraciones de manera unificada. Por ejemplo, los clientes de los que se dispone en la herramienta actual, se pueden migrar a la tienda online y seguir gestionando los pedidos de la misma forma.

La transformación digital cada día toma una mayor relevancia, llegando a introducir términos como el showrooming, que hace referencia a que las tiendas físicas serán meros expositores en los que no se podrá comprar en un futuro.

Ante esta evolución, hay que hacerse estas preguntas: ¿está nuestro negocio preparado para llegar a los clientes allí donde estén?, ¿estamos escuchando qué y cómo lo quieren?





Ana Berzosa
Consultora Senior SAP



SAP Collections Management para dotar de eficiencia al Departamento de Cobros

Si preguntamos a las empresas qué indicador desearían mejorar, la mayoría de ellas contestarían aumentar la facturación. A pesar de ello, también serían conscientes de que si las facturas no se cobran posteriormente o provienen de clientes con alto índice de morosidad, puede conllevar problemas financieros y de viabilidad para la empresa. En este caso, aumentar las ventas puede llegar a ser incluso contraproducente. Por eso, resulta vital proporcionar al Departamento de Cobros de un software que ayude a dotar de eficiencia a su trabajo, reduzca el periodo medio de cobro y reduzca la morosidad de la empresa.

Las empresas que disponen del software ERP de SAP no tienen en su sistema estándar herramientas de análisis “inteligentes” que permitan determinar qué partidas son más importantes de reclamar o simplemente documentar todas aquellas acciones que se han realizado previamente.

En la mayoría de empresas el agente de cobros pasa gran cantidad de tiempo delante de la transacción de visualización de partidas abiertas de clientes y procede a la reclamación sin un criterio preestablecido. En el momento de profundizar sobre la deuda de los clientes, el agente de cobro se suele formular preguntas similares a las que se ven en la Imagen 1.

Todas estas preguntas se responden inmediatamente si el agente de cobro dispone del módulo de SAP Collections Management.

PRINCIPALES FUNCIONALIDADES DE SAP COLLECTIONS MANAGEMENT

SAP Collections Management es la herramienta perfecta que necesita un Departamento de Cobros para mejorar y dotar de eficiencia a su trabajo diario.

Entre sus principales funcionalidades, cabe destacar:

- SAP Collections Management proporciona estrategias de cobro que permiten seleccionar y priorizar el cobro de los clientes.
- Las estrategias de cobro son la base para la creación automática de listas de trabajo (Pools de Trabajo) diarias para los especialistas de cobro.

¿Qué día me dijo que pagaría estas dos facturas?

¿Es prioritario este cobro?



¿He reclamado ya esta factura?

¿Por qué tenemos esta partida pendiente?

Imagen 1

- Las listas de trabajo permiten una evaluación, identificación, estratificación y jerarquización de los clientes de acuerdo con la estrategia de cobro.
- Las listas de trabajo diarias mejoran la productividad y eficiencia del usuario.

- SAP Collections Management ofrece procedimientos especiales de cobro para documentar y reaccionar en contactos con los clientes. Una vez se gestiona la partida de la deuda, permite introducir:

- Acuerdos de Promesas de Pago, con su posterior seguimiento de si se ha cumplido o no.
- Casos de Clarificación con el cliente.
- Casos de disputa (a través de la integración con SAP Dispute Management).
- Revisiones futuras.
- Registrar el contacto con el cliente.

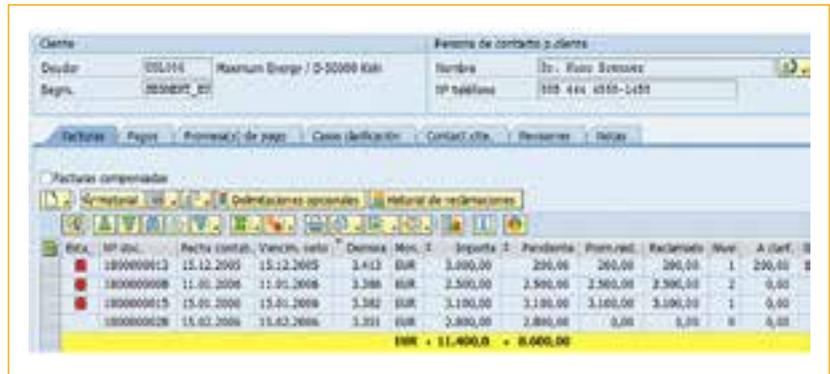


Imagen 3

- Los Supervisores de Cobro encontrarán una gran variedad de opciones para controlar el cobro de los créditos.

- Serán capaces de definir y adaptar las estrategias de cobro.
- Podrán asignar la cartera de clientes y de la deuda a los agentes de cobros que crean oportuno.
- Monitorizar las acciones realizadas por sus agentes de cobro.

INTERFAZ DE USUARIO DEL AGENTE DE COBRO

Básicamente, la interfaz de usuario consta principalmente de una pantalla inicial en la que el usuario puede visualizar la lista de trabajo. En ella aparece el estado de la deuda de aquellos clientes que su responsable le ha asignado y con deuda pendiente de cobro. En ella aparece una suerte de cockpit con el estado de la deuda: deuda pendiente de cobro, promesas de cobro, promesas de cobro incumplidas, importe a clarificar, importe reclamado, etc.

Como se observa en la Imagen 2, los clientes que aparecen en el pool de trabajo vienen ordenados según las prioridades definidas por parte del supervisor de cobros. Estas estrategias ponderan a los clientes según criterios/puntuaciones, como pueden ser el importe pendiente de cobro, número de días desde el vencimiento de la factura y características de los datos maestros del cliente (cliente VIP o no, sector,...)

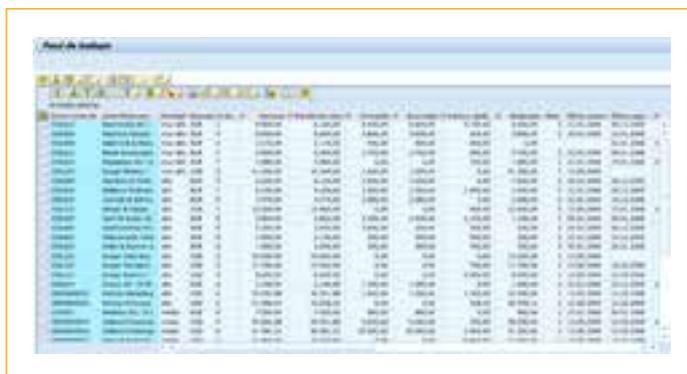


Imagen 2

Desde esta pantalla inicial el usuario es capaz de registrar o visualizar cualquier interacción que se produce con el cliente: partidas pendientes de pago, partidas pagadas, promesas de pago existentes por parte del cliente, partidas pendientes de clarificación, revisiones o registro de los contactos que se han ido produciendo con el cliente.

VENTAJAS DE INSTALAR SAP COLLECTIONS MANAGEMENT

Entre las principales ventajas de la instalación de SAP Collections Management, destacan las siguientes:

- Visión global de las acciones a realizar por cada uno de los gestores de cobro y usuarios del Departamento de Cobros. Existen dos roles diferentes: Rol Supervisor y Rol Especialista.
- Cada usuario accede exclusivamente a sus clientes y tareas asignadas.
- La creación de Pools de Trabajo y su posterior asignación al especialista de cobros se puede realizar automáticamente.
- Es posible traspasar masivamente todos los clientes de un agente a otro, con lo que si se producen bajas temporales o cambios organizacionales, siempre existe un registro de las interacciones realizadas.
- Definir una priorización en la reclamación de las partidas abiertas que se deben reclamar.
- Desde cada una de las partidas abiertas que aparecen en el módulo de Collections Management, se puede emitir correspondencia relacionada con la partida:
 - Impresión de factura.
 - Reclamación.
- El módulo de Collections Management está integrado con las siguientes funcionalidades:
 - Interlocutor Comercial, que corresponde en el módulo de Collections Management a la figura del cliente.
 - Cuentas a Pagar.
 - Impresión de Facturas emitidas en el módulo de SD.
 - Integración con el Procedimiento de Reclamaciones (transacción F150).
 - Dispute Management.
- Información sobre todas las acciones realizadas de Gestión del Cobro realizadas sobre las partidas del cliente. Esto es fundamental y ayuda entre otras cosas a:
 - Disponer de toda la información necesaria sobre el cliente y las acciones realizadas ya previamente en su reclamación.
 - Conocer cuál es el estado actual del contacto con el cliente.
- El módulo de Collections Management también se puede integrar con sistemas no SAP, es decir, si se dispone de empresas del Grupo que se gestionan fuera de SAP, el procedimiento de Collections Management se podría centralizar dentro de SAP.



Antonino Leiva Hidalgo
Consultor experto en Logística SAP de i3s



QIM (Quality Issue Management), algo más que gestión de incidencias de calidad

Como todos sabemos no existe una empresa perfecta. En la actividad de la misma siempre surgen conflictos con proveedores, problemas de calidad de producto, quejas de los clientes, incidencias de IT... etc..., es decir incidencias con diferentes orígenes y causas. La solución QIM (Quality Issue Management) permite el mejor conocimiento de la empresa gracias a la información que se recoge en los issues de diferentes áreas de la empresa, ya sea producción, I+D, aprovisionamiento, ventas, financiero, IT...

El reflejo de los diferentes issues y su gestión posterior a través de QIM nos aporta un feedback muy enriquecedor tanto desde el punto de vista de la mejora de la calidad de los productos y servicios, como de los métodos de producción y las relaciones con los proveedores.

Esta información también se canaliza hacia los clientes consiguiendo así su fidelización, ya que ellos perciben la preocupación de la empresa por servir de forma eficiente al mercado. El hecho de vender bienes o prestar servicios de alta calidad puede ser un elemento diferenciador para su negocio, ya que aporta una ventaja competitiva.

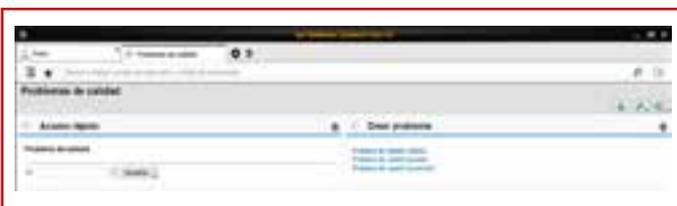
Los beneficios que conlleva la utilización de QIM son el control del flujo de issues ya que, por una parte, se evitan descuidos en la gestión y, por otra parte, engloba e integra la información con el resto de módulos de SAP o con sistemas externos, controlando y monitorizando tanto los estatus de los issues en cada momento, como las medidas a seguir, la situación de las mismas y el historial completo del issue.

QIM contempla diferentes formas de creación de un issue en función de la información de que se disponga en el momento de reportar el problema (rápido, guiado o avanzado), de manera que posteriormente se puede completar la información restante.

Los issues se basan en objetos de referencia que pueden ser documentos, equipos, ubicaciones, material, lote, centro,... e incluso objetos externos a SAP, independientemente de que se encuentren en otros sistemas.



Uno de los aspectos más importantes de esta solución se basa en el control del flujo de los issues, de manera que no existe posibilidad de que el problema se obvie de forma involuntaria o se tenga un despiste sin que avance en su solución, ya que la utilización de workflows entre los diferentes interlocutores (la persona que reporta el problema, el que asigna el problema, el que gestiona el problema, el que asigna al que ejecuta la medida y finalmente quien ejecuta la medida...) a través de los emails, fija en todo momento quien es el responsable del issue. Además, se pueden definir listas de observación y recordatorios de medidas para acentuar el seguimiento de cada issue.



Las posibilidades de integración permiten obtener datos de diferentes sistemas SAP y/o soluciones externas y obtener informes analíticos con diferentes criterios como pueden ser tipos de aviso, categoría, solución, status, por máquina,... etc., lo que nos da una visión integral de los issues y desencadena las actividades y procesos de seguimiento adecuadas.

En cuanto a la integración, también hay que destacar que se pueden crear y gestionar issues a través del entorno SAP Fiori, con el que movilizaremos procesos a dispositivos móviles como smartphones y tablets que faciliten su gestión y seguimiento.

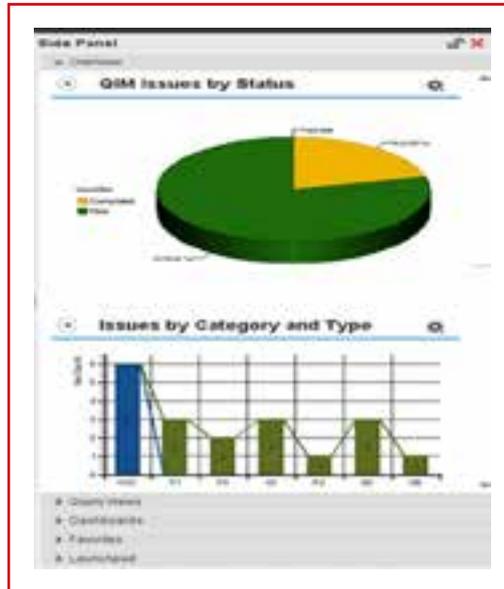
Las principales razones que llevan a las empresas a implementar QIM son la integración tanto con SAP como con sistemas externos, sobre todo en el área de calidad con los procesos de suministro y expedición; ahorro en IT debido a renunciar a software no integrado; eliminación de papeleo; estandarización de los procesos de calidad; predefinición de reglas de determinación automáticas de medidas, interlocutores y códigos de catálogo; gestión de medidas y en función de su resultado

también de sub-medidas, interface de gestión sencilla y amigable (a través de web), etc.

La solución QIM contempla diferentes funcionalidades en relación a los avisos de calidad, que suponen un plus. Entre las ventajas de utilizar QIM frente a QM podemos distinguir la posibilidad de crear issues desde dispositivos móviles (integración con SAP

Fiori), monitorización y proceso de múltiples sistemas SAP, enlace con sistemas no SAP, modelos de datos flexibles tales como adjuntos a todos los niveles y códigos de jerarquías, sistema de roles basado en aplicación web, utilización de BRF o reglas de determinación predefinidas y automáticas, capacidad para redefinir terminología de forma sencilla para uso en diferentes industrias, gestión de informes y dashboards basados en Lumira...

A modo de resumen, lo que nos aporta QIM es flexibilidad de adaptación, integración con todo tipo de sistemas, facilidad de uso, soporte de múltiples tipos de issues, visión de los issues de manera integrada, priorización de issues, reducción de costes y mejoras de cumplimientos.





Rob Hill
Vice President Sales - Enterprise



Cómo evaluar el nivel de madurez de la operación de nómina global, según NGA

La madurez de la operación global de nómina se ha convertido en un factor crítico para muchas empresas, más incluso que los habituales factores de precisión y cumplimiento de la normativa.



Los directivos de las empresas necesitan que la información sea precisa y que esté disponible a tiempo, lo que hace que demanden analíticas, herramientas de reporting y aplicaciones inteligentes en la nube. Todo esto requiere una operación de nómina global con un alto nivel de madurez.

La madurez del servicio global de nómina utilizado en las empresas depende de muchos factores, entre los que se incluyen la estructura de negocio, el control de los presupuestos, las inver-

siones tecnológicas, la visión de negocio y la concienciación del impacto de la operación de nómina.

Lo que cada organización entiende como un servicio ideal de nómina global es diferente: existen casos donde la totalidad de la nómina está externalizada a un único proveedor global, otros donde las principales nóminas se procesan internamente con partes de nómina externalizadas a un proveedor, y también aquéllos donde la nómina se procesa internamente en su totalidad.



Sin embargo, independientemente del modelo de operación, la madurez del proceso de nómina sigue siendo de gran relevancia.

El estado de la madurez de este servicio se puede medir a través de cinco áreas:

1. TECNOLOGÍA DE NÓMINA

Este es el punto de inicio más obvio cuando se trata de medir el “nivel de madurez”. Se deberían revisar áreas clave que incluyen plataformas de nómina, integración, herramientas de autoservicio y el hecho de contar con una única fuente de datos o no. Esta escala de madurez puede variar debido a factores que van desde la utilización de un autoservicio del empleado diferente en cada país a una plataforma de autoservicio global, donde todas las herramientas de nómina estén integradas (de manera bi-direccional y de forma automática) compartiendo los datos en tiempo real con la plataforma de RR.HH. en la nube.

La madurez de su plataforma de nómina puede ser medida desde la escala de menor madurez en la que, por ejemplo, se utilizan distintas soluciones de nómina de distintos proveedores en cada país procesadas por equipos locales de nómina, a la más madura –con un único proveedor que proporcione una solución global para todos los países y operaciones.

2. PROCESOS DE NÓMINA

Cuando se evalúa la madurez de los procesos de nómina, se debería empezar con una revisión de los estándares para sus procesos de negocio para la nómina global. ¿Están documentados por país y optimizados para el negocio?, ¿se dispone de conocimiento completo de lo que ocurre en la nómina de los países donde la compañía está presente?

¿Depende la nómina de estos países de una sola persona? Si es así, se hace necesario revisar el modelo de servicio de nómina.

¿Cómo son sus ratios?, ¿están en el nivel óptimo de 1:750 a 1:1.500 o al 1:200? Puede que necesite sustituir los procesos manuales por otros automatizados como el registro electrónico de partes de horas, la implementación herramientas de control de presencia y control de tiempos, la automatización general de procesos y el uso más intensivo del autoservicio del empleado.

3. CUMPLIMIENTO DE NORMATIVAS

Para que una operación de nómina global alcance un alto nivel de madurez, es fundamental que se haga las siguientes preguntas: ¿cumplen sus servicios de nómina global de forma estricta con las normativas legales?, ¿tiene auditorías globales?, ¿recibe avisos o multas desde la administración fiscal en algún país?, ¿están todos los miembros de su equipo de nómina formados de forma apropiada?, ¿cuándo detectó por última vez algún fraude en la nómina?

4. APORTACIÓN DE VALOR DE LA NÓMINA AL NEGOCIO

¿Es la nómina únicamente un servicio o bien ofrece una ventaja estratégica a su negocio?, ¿conoce el coste de ejecutar la nómina y cómo se compara con los parámetros establecidos o proveedores externos?

¿Aumenta la nómina el compromiso y satisfacción de los empleados, o es una barrera para ellos? Puede encontrarse con que obtendría un mayor beneficio si algunos de sus recursos de RR.HH. fuesen redirigidos a iniciativas estratégicas como, por ejemplo, el reporting avanzado y las analíticas, en lugar de dedicarse a la administración de nómina.

5. CAPACIDAD ORGANIZATIVA PARA EJECUTAR NÓMINA GLOBAL

Disponer de un alto grado de madurez de nómina global seguirá siendo un anhelo si la empresa no toma la decisión de invertir en un proyecto de transformación global de nómina. Aun así, existe la posibilidad de que su nueva visión de RR.HH. (probablemente en la nube) pueda fallar. ¿Está su organización dispuesta a invertir el tiempo y dinero necesario en un proyecto de nómina que puede parecer de entrada poco atractivo?, ¿están las operaciones de cada país dispuestas a considerar la posibilidad de abandonar los antiguos procesos de nómina y adoptar nuevos procesos de negocio, así como a dar soporte al proyecto?

Estas cinco medidas contribuyen a la madurez de la nómina global. Si se aborda de forma conjunta la madurez actual y futura en tecnología de nómina, los procesos de nómina, el cumplimiento de normativas, el valor de negocio y la habilidad de su organización de ejecutar un programa de nómina global, la probabilidad de que el proyecto sea un éxito es mucho mayor.



Luis Simón
Director de Formación de SCL



El nuevo paradigma de la formación SAP: impacto y transformación del aprendizaje

En la actualidad, la innovación está avanzando a una velocidad sin precedentes dentro del ámbito empresarial. Muchas compañías ya están acometiendo auténticos procesos de transformación hacia la Economía Digital, lo que se traduce no sólo en la necesidad de disponer de tecnologías más avanzadas, sino también en que todos los miembros de la organización tengan un mayor conocimiento sobre ellas. A pesar de ello, aún son muchos los clientes de SAP que se están enfrentando a las deficiencias que tienen en sus conocimientos sobre cómo optimizar y sacar el máximo partido a la inversión en tecnología. De ahí, la importancia de conocer todo el amplio porfolio de Formación SAP que algunos partners como SCL puede ofrecerle.

La irrupción constante de las nuevas tecnologías en nuestro día a día está cambiando de forma drástica la forma de “consumir” la **formación**. Lejos quedó la sala de estudiantes en la que los alumnos apuntaban sus notas en colores fosforito y el profesor explicaba la lección con un proyector y unas diapositivas.

Los expertos vislumbran muchos cambios en este ámbito durante los próximos años, que podemos resumir en los siguientes aspectos:

La educación va camino de ser **cada vez más online y menos presencial**. Para que este objetivo pueda cumplirse, es necesario un buen desarrollo de sistemas que permitan acreditar y verificar que el alumno que está llevando a cabo la formación o que pasa los exámenes, es el que verdaderamente está inscrito en el curso. En este sentido, ya se están desarrollando diversos mecanismos de reconocimiento facial a distancia.

Por otra parte, surge con fuerza una corriente conocida como **aprendizaje adaptativo** que permite, a través de soluciones tecnológicas, conocer cuál es nivel de formación previa de un alumno y cuáles son sus carencias, ayudando así a desarrollar programas de formación mucho más adaptados, personalizados y eficientes. En este trabajo de recopilación de datos de los alumnos va a tener un gran protagonismo el **Big Data**.

También empieza a ser común hablar del método “**flipped learning**”, que consiste en incentivar al estudiante a ser parte activa en el proceso de aprendizaje, utilizando los nuevos materiales en abierto que ofrece la red.

La ya por todos conocidos “**gamificación**” también toma más protagonismo, permitiendo reconocimientos online, con juegos, por haber conseguido logros y objetivos. Es una forma de reconocer a los alumnos su esfuerzo y motivarlos para que sigan avanzando en su formación.

Las **redes sociales** van a ser otro de los factores decisivos que va a permitir que el alumno no se sienta solo y pueda conversar y compartir inquietudes con otros estudiantes. En este sentido, los **dispositivos móviles** (portátiles, tablets, smartphones) empiezan a ser imprescindibles en los entornos de aprendizaje.

LA VISIÓN DE SAP

En este maremágnum de cambios y con el objetivo de responder a las necesidades del mercado, donde los profesionales certificados en SAP se encuentran entre los más demandados actualmente, SCL, proveedor referente de SAP Iberia en el ámbito de formación, fue pionero en firmar un acuerdo de colaboración con SAP en este área. Gracias a ello, la compañía ofrece actualmente uno de los porfolios de soluciones más completos en el área de formación.

HERRAMIENTAS DE SOPORTE A USUARIO: SOFTWARE DE APRENDIZAJE

Diseñadas para aportar un valor añadido a su inversión en SAP.



- **SAP Learning Hub**

Experiencia de aprendizaje completa en la nube, donde se dispone de todo el catálogo de cursos oficiales SAP y la posibilidad de acceder a sistemas de prácticas preparados para ello.

- **SAP Workforce Performance Builder**

Edición y visualización online de material de formación SAP personalizado para el usuario final.

- **SAP User Experience Management by KNOA**

Identificación de cuellos de botella por errores de usuario, detección (en vez de identificación) de necesidades de formación y reducción de costes de mantenimiento.

TIPOS DE CURSO

- **Cursos presenciales de usuario**

Contenidos funcionales orientados a usuario final básico en Finanzas, Controlling, Compras, Ventas y RRHH.

- **Cursos a distancia**

Formación online o en directo mediante herramientas de conexión remota.

- **Cursos a medida**

Diseño de cursos a medida basados en cursos oficiales de SAP, adaptados a las necesidades del cliente.

Los procesos innovadores profundos tienen ritmos progresivos, pero se caracterizan por la coexistencia de lo “viejo” y lo “nuevo” durante periodos de tiempo más o menos largos. Es inevitable el cambio de modelo en los procesos de transferencia de conocimiento hacia un modelo de autoconsumo, con el “dónde”, el “cuándo” y el “qué” definido por el usuario, pero al mismo tiempo, la formación tradicional sigue siendo importante por la interacción que permite, por el intercambio de experiencias, etc.

Hoy la formación presencial aún tiene que cubrir un hueco dentro la propuesta formativa global, bien sea a través de cursos públicos, en los que se contrastan diferentes experiencias, o bien a través de formación a medida con un enfoque más centrado en la situación concreta el cliente.

En los últimos años, impulsado por SAP España y apoyado de manera activa por algunos de sus colaboradores, entre los que SCL ha tenido un papel esencial, se han desarrollado acuerdos con universidades y escuelas de negocio que han permitido construir una oferta amplia de **Máster Universitarios focalizados en SAP**.

La colaboración entre la universidad y la tecnología ofrece a los alumnos la posibilidad de obtener un Máster Universitario y una certificación en SAP en un mismo periodo académico. En los últimos años, la oferta de las universidades se está centrando en aquellas soluciones más novedosas y más atractivas para el mercado.

SCL coordina y colabora con los programas másters SAP de la Universidad Politécnica de Madrid, Universidad de Málaga, UNED, ESIC, la Universidad Rey Juan Carlos I y la Cámara de Comercio de Navarra, entre otros.

Para más información, el lector puede consultar la página de SAP España en el apartado de Centros Universitarios con Programas Homologados por SAP.

OPTIMIZACIÓN Y MEJORA DE SISTEMAS SAP: PAQUETE DE SERVICIOS CON METODOLOGÍA DEPURADA

Auditorías de Formación

Recomendaciones y propuestas de mejoras para el máximo aprovechamiento de sus sistemas SAP.

Uno de los problemas tradicionales a los que se han enfrentado las empresas en la utilización de herramientas complejas es la adecuada formación e información de sus usuarios. Y no es descabellado afirmar que, con frecuencia, el usuario medio utiliza sólo el 30 por ciento de la potencialidad de sus sistemas y habitualmente conoce mal el sistema con el que tiene que trabajar en su día a día.

Podemos hablar principalmente de cuatro supuestos que lastiman la eficiencia de los sistemas implementados:

- El usuario no conoce en general su instrumento de trabajo.
- El usuario realiza sus tareas de modo automático sin conocer el sentido y el porqué de lo que ejecuta.
- El usuario, incluso conociendo su herramienta diaria, desconoce funcionalidades específicas que le ayudarían a ser más eficaz, ahorrar tiempo, etc.
- El sistema implementado tiene funcionalidades no activas que podrían ser incorporadas a su sistema productivo con un coste muy bajo, mejorando mucho sus procesos.

Una auditoría de uso y capacidades del sistema, junto con un análisis de los conocimientos de los usuarios, permite diseñar planes de formación adaptados, workshops de trabajo con usuarios focalizados en temas específicos y propuestas de mejora del propio sistema, que con seguridad pueden aportar un gran valor con ROI asegurado.



Estanis Font
Director del Área de Movilidad de Seidor



La importancia de las soluciones de movilidad empresarial para la automatización de los procesos

La movilidad empresarial se ha convertido en una de las grandes prioridades para las organizaciones. Según el estudio Panorama de movilidad empresarial Segunda Ola, elaborado por Cisco Systems, en 2014, las empresas destinaron el 21 por ciento de su presupuesto de TI para proyectos de movilidad, cuatro puntos más que años anteriores. Además, según este mismo estudio, se prevé que 6 de cada 10 empresas aumenten su presupuesto de movilidad en los próximos 12 meses.



Los beneficios de la movilidad empresarial son numerosos. Una organización que apueste por dotar a sus trabajadores de las herramientas necesarias para acceder a todas sus aplicaciones desde cualquier lugar, optimizará mejor sus recursos y agilizará sus procesos internos.

Pionero en este ámbito, Seidor ofrece desde sus inicios aplicaciones de movilidad empresarial para el acceso y tratamiento descentralizado de la información, logrando así una reducción de costes y una mejora del nivel de servicio al cliente. Seidor

Plan Maintenance (PM) y Seidor Customer Service (CS) son las soluciones de movilidad empresarial de Seidor para equipos de mantenimiento, caracterizadas por una interfaz intuitiva, un gran rendimiento y una amplia funcionalidad para los técnicos de mantenimiento, tanto en modo online como offline.

Siguiendo el método tradicional, los equipos de mantenimiento organizan su trabajo a partir de partes manuales que son asignados a sus técnicos y que se utilizan para registrar manualmente

su actividad. Cualquier consulta de historiales de mantenimiento, de disponibilidad de repuestos o de la documentación técnica asociada a los equipos, suele suponer un desplazamiento o la comunicación por correo o teléfono a otras personas de su equipo. La asignación de nuevas tareas o trabajos urgentes también suele ser complicada, ya que los responsables no tienen visibilidad en tiempo real ni de la ubicación de sus técnicos ni del avance de sus trabajos.

Haciendo uso de la plataforma de movilidad de SAP y completamente integrada con SAP ERP, Seidor Plant Maintenance ofrece soporte móvil a las principales tareas de los técnicos de mantenimiento: desde la recepción de las órdenes de trabajo asignadas hasta el registro de las actividades realizadas y el consumo de repuestos. La aplicación aprovecha los recursos de los dispositivos móviles, permitiendo anexar fotografías a sus actuaciones, consultar documentación técnica en formato digital o indicar su ubicación mediante el uso del GPS.

Seidor Customer Service, diseñada específicamente para compañías que ofrecen servicios de mantenimiento a sus clientes, añade funcionalidades específicas como la firma de albaranes, la gestión de subcontratas, la gestión de stocks de los vehículos y el registro de kilómetros y desplazamientos imputables al cliente.

Ambas soluciones aportan un gran número de beneficios: eliminan totalmente el uso del papel, minimizan el esfuerzo dedicado a tareas administrativas, reducen los desplazamientos, mejoran la distribución de las tareas entre los técnicos y el servicio de mantenimiento y reducen los costes.

Seidor Plant Maintenance y Seidor Customer Service están disponibles para dispositivos Android, Apple iOS y Microsoft Windows 10.



Solicitud de Suscripción Gratuita a la Revista de AUSAPE

EMPRESA _____

ASOCIADO AUSAPE SI NO

NOMBRE _____

CARGO _____

DIRECCIÓN _____

CP _____

POBLACIÓN _____

PROVINCIA _____

TELÉFONO _____

E-MAIL _____

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





Joan Muñoz Poveda
Gerente Soluciones ERP



¿Está su SAP en la senda de ser más *RESPONSIVE*?

Para aquellos que dudan del significado de la palabra *RESPONSIVE*, traigo aquí algunas traducciones posibles: *responsivo* y *adaptativo*. Buscando el término «*responsive*» en el diccionario inglés, obtenemos estas dos definiciones: 1.- *Answering, replying or responding*; 2.- *Able to receive and respond to external stimuli*.

Ambas expresan una capacidad de reacción ante un estímulo externo. Otros diccionarios ingleses complementan la definición añadiendo que la respuesta es rápida y eficaz. Así pues, «*responsive*» se refiere a aquello que es capaz de reaccionar frente a lo que le rodea, proporcionando una respuesta ajustada a la situación.

Empezaré por reflexionar sobre la importancia que tiene en la actualidad el que un software se comporte de una forma *RESPONSIVE*, respecto a ser usado desde diferentes tipos de dispositivos.

Google ha hecho público en su blog oficial que penalizará en su lista de búsqueda aquellas webs que no tengan un diseño *responsive*, lo que significa que tiene que ser un diseño que se adapte a su formato en función del tipo de dispositivo desde el que se accede, principalmente dispositivos móviles. El esfuerzo del principal buscador de Internet por ofrecer ventajas a aquellos que diseñan de forma *RESPONSIVE* tiene que ver con la demanda universal de que las aplicaciones se adapten al tipo de dispositivo desde el que se está accediendo.

Un ejemplo innegable son los medios de comunicación: el consumo de noticias en medios online a través de dispositivos

móviles ya supera al consumo en medios tradicionales de prensa escrita, radio convencional y televisión. Y en esa nueva forma de acceder, ¿podríamos imaginarnos hoy consultar un periódico desde el móvil sin que esté adaptado su contenido y navegación a ese medio? Bien pues hasta no hace mucho tiempo, tenían igual formato, es decir, fuera cual fuera el dispositivo desde el que se accediera a él, tenían un único formato digital.

Tampoco deja de sorprendernos la velocidad con la que asimilamos el uso de nuevos tipos de dispositivos que nos permiten acceder a las aplicaciones. Cada nuevo formato de estos dispositivos nos hacen repetir la expresión de “inimaginable hace tan sólo unos pocos años...” Nos encontramos ante una carrera imparable de incorporación de nuevos tipos de dispositivos de uso cotidiano. Según estimaciones de Gartner, en 2016 utilizaremos una media de 6 tipos de dispositivos distintos para acceder a aplicaciones en la nube, siendo el móvil el producto estrella, un dispositivo que ya ha superado el record de existencia. Actualmente hay más móviles conectados que personas sobre la faz de la Tierra.





Pulsera que proyecta en su brazo la pantalla de un móvil.

Ya han pasado cinco años desde la inspiradora conferencia de AUSAPE, donde los que asistimos pudimos escuchar al que era por aquel entonces Director General de SAP España, José María Sabadell, decir que los objetivos de SAP para 2015 pasaban por alcanzar los 1.000 millones de usuarios, "Nuestra apuesta consiste en que cada persona, sea ciudadano, paciente, trabajador..., sea usuario de tecnologías de la información y que las aplicaciones estén ubicadas en cualquier tipo de dispositivo", indicó el director general para Iberia. Por aquel año, SAP disponía de 50 millones de usuarios a nivel mundial. El reto era alto y pasaba por movilizar SAP. Ahora no es un *TO DO* sino un *MUST DO* para SAP como referente mundial entre los sistemas de gestión empresarial.

La apuesta de SAP por ser *RESPONSIVE* ha sido siempre clara, "...conseguir que sus aplicaciones puedan ser utilizadas desde cualquier tipo de dispositivo".

Para hacer realidad esta estrategia, SAP nos ofrece diferentes caminos para convertir el uso de nuestro SAP en un uso más *RESPONSIVE*. En concreto a través de tres vías:

1. Con el lanzamiento de nuevas soluciones creadas de forma *RESPONSIVE* en UI5.
2. Ofreciéndonos aplicaciones renovadas: empleando SAP Fiori para renovar de forma *RESPONSIVE* aplicaciones existentes.

3. Permitiendo un uso más *responsive* de aplicaciones existentes, utilizando SAP Screen Personas y también a través de desarrollos en UI5.

¿Y cuál es la estrategia que están siguiendo ustedes para un uso más *RESPONSIVE* de SAP?

Que SAP se adapte para tener acceso desde cualquier tipo de dispositivo, no es un fin en sí mismo, pero alcanzar 1.000 millones de usuarios sí lo es para SAP. La consecución de objetivos tiene que ver con las oportunidades de negocio que nos ofrece el uso de SAP de una forma más *responsive*. TecnoCom ha ayudado a diferentes organizaciones a dar a su SAP este mejor uso y alcanzar los objetivos de:

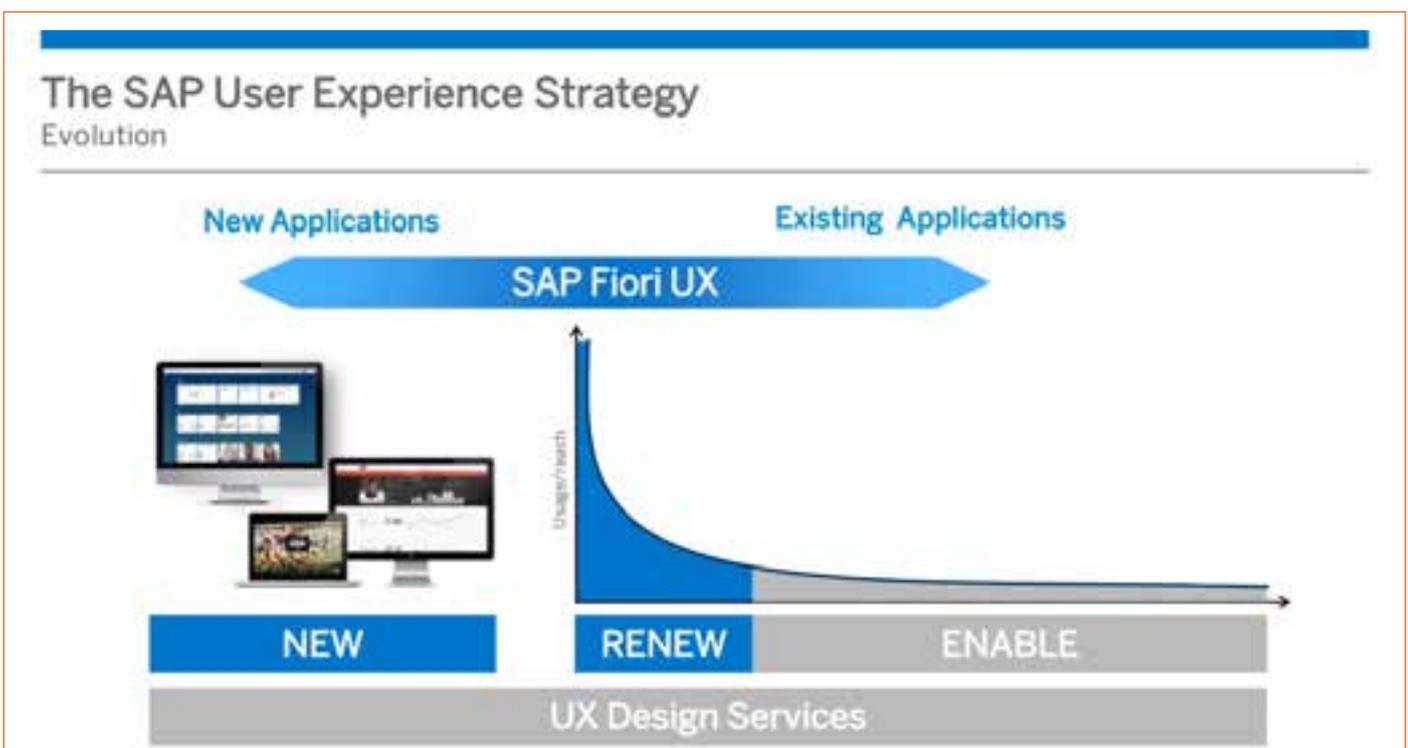
1. Llevar al usuario a la mejor experiencia posible con SAP.
2. Acceder a SAP en cualquier momento y lugar.
3. Acceder a SAP desde cualquier tipo de dispositivo.

En TecnoCom somos conscientes de los rápidos cambios que se están produciendo a través de las nuevas tecnologías y, por ello, recomendamos seguir la senda hacia un uso *RESPONSIVE* de SAP a través de opciones ágiles de implementación como son SAP Screen personas, SAP Fiori y UI5, todas ellas con un bajo coste de propiedad (TCO), fáciles de actualizar y de ampliar su uso a través de nuevas versiones que permanentemente están llegando al mercado.

Si además unimos en esta estrategia el uso de SAP HANA como plataforma de SAP, ofreciendo la información disponible en tiempo real, se amplía este catalizador de oportunidades de negocio con la posibilidad de acceder a cualquier información de SAP, en cualquier momento, lugar y tipo de dispositivo.

TecnoCom ha hecho suyo como un *MUST DO* el reto de adaptar a este nuevo entorno sus soluciones SAP verticales: @CONS y @CONSERVAS, migrándolas a la nueva plataforma HANA y dándoles esa calidad *RESPONSIVE* al incorporar en ellas SAP Fiori y UI5.

¿En qué punto está su SAP en esta senda de innovación?





Cristina Rosa
Especialista en Tecnología SAP



Intelligence Business Operations: explotación y predicción inteligente de la situación del negocio

Los entornos de sistemas son cada vez más complejos, con hardware y software de diferentes proveedores, miles de interfaces para conectarse entre sí, sensores, nuevos entornos en la nube... El problema que se plantea en muchas organizaciones es la imposibilidad de tener una vista única de sus procesos principales y explotar el valor de toda esa información junto con Big Data para aportar valor al negocio. A esto, se suma la búsqueda de nuevos modelos de negocio a través de las posibilidades que ofrece la transformación digital que, si bien empieza a ser un dolor de cabeza para muchos responsables de negocio, obligados a encontrar nuevas formas de dar valor a sus clientes, acaba en jaqueca para los responsables de IT. Se hace cada vez más necesario emplear herramientas capaces de resolver los retos que suponen los grandes procesos empresariales y que aporten beneficios a los usuarios de negocio.

La transformación digital, a día en el que escribo este artículo, da 448.000 resultados en Google, 21.800.000 si lo traducimos al inglés. La necesidad y el objetivo de muchas empresas para seguir siendo competitivas y, por qué no, ser las primeras en comer el trozo más grande de esa tarta llamada 'el mercado'.

Tareas: crear nuevos modelos de negocio y reinventar los procesos corporativos para dar soporte a estos nuevos procesos digitales.

La misión no es sencilla ni rápida de implementar, sobre todo, teniendo en cuenta que en las empresas ya hay una serie de procesos de negocio establecidos y una serie de sistemas complejos que los soportan. La emergencia de convertirse en un negocio digital forzará a las organizaciones a transformar la manera en la que trabajan y operan dentro de sus respectivas industrias.

La nueva norma es el cambio constante y no anticipado. A partir de ahora se requieren herramientas que soporten procesos de negocio dinámicos.



La gestión y monitorización de procesos ha venido ayudando a miles de compañías a estandarizar sus procesos de negocio y a automatizar sus operaciones consiguiendo como

resultado una mayor efectividad operacional. Si se realiza de manera adecuada, los beneficios son claros: desde la reducción de costes y la mejora de la productividad hasta la reducción de riesgos protegiendo y optimizando los recursos de la compañía.

Pero la búsqueda de la eficiencia y la escalabilidad ya no garantizan una ventaja competitiva. Ganar en la economía digital requiere de nuevas capacidades de gestión que permitan a las organizaciones medir los 'momentos del negocio' para descubrir qué valoran los clientes y reaccionar ante posibles amenazas y oportunidades.

Los expertos en Business Process Management (BPM) requerirán de nuevas competencias y habilidades si aspiran a ser agentes que impulsen la transformación del negocio:



- Tradicionalmente la gestión de procesos de negocio se viene realizando en modo silo, monitorizando los procesos que se ejecutan en el mismo sistema o solución de manera individual (sistema de RRHH/Financiero/Ventas...), con el inconveniente de perder la visibilidad de las operaciones transversales de la empresa. Potenciar la orquestación de procesos y el uso de workflows ayuda a coordinar de forma más eficiente y colaborativa los procesos de negocio y a disminuir los tiempos de respuesta ante cualquier imprevisto.
- La gestión de procesos no está normalmente orientada a dar valor a los usuarios de negocio, sino más bien a la eficiencia operacional técnica del sistema. Si se quiere apoyar en la transformación del negocio, habrá que habilitar herramientas de gestión de procesos que hablen el mismo idioma que el negocio.
- Basar las decisiones y el rendimiento del negocio sólo en resultados históricos ya no es una garantía de éxito para el futuro. Se requiere de capacidades predictivas que tengan en cuenta el contexto del proceso y cómo afectan todos esos eventos externos y no estructurados para poder tener un análisis más completo del valor del proceso para el negocio.
- La cantidad de datos no estructurados y de procesos no rutinarios es cada vez mayor y a veces son los que más valor de negocio genera para los clientes. Si bien el valor del trabajo no estructurado suele estar basado en interpretaciones humanas, los responsables de los procesos de negocio deberán de ser capaces de hacer que este valor sea explícitamente visible y, sobre todo, medible.
- La existencia de herramientas que gestionen eventos es necesaria para explotar la información que éstos aportan y así mejorar la consciencia actual de la situación del negocio.

En un escenario dominado por el cambio constante, es preciso estar preparados para reaccionar.

Como respuesta a estas necesidades, la maduración de BPM pasa de la automatización de procesos a la monitorización orientada a los objetivos de esos procesos.

Esta evolución se llama Intelligent Business Operations (IBO), una nueva generación de soluciones con un nuevo estilo de medición del negocio, analizando en tiempo real tanto datos estructurados como no estructurados y aprovechando las capacidades analíticas para mejorar la colaboración entre usuarios de negocio y su reacción frente a futuros riesgos y/u oportunidades.

La solución SAP que desarrolla las posibilidades de IBO se denomina **SAP Operational Process Intelligence (OPI)**. OPI es una aplicación 100% desarrollada sobre tecnología SAP HANA, cuyas capacidades hacen que sea la solución completa que responde a las necesidades actuales de transformación del negocio:

- OPI ofrece una visión completa del 'momentos del negocio', ya que explota en tiempo real la información transaccional junto con eventos no estructurados tanto de sistemas SAP como aplicaciones no SAP.
- Ayuda a los usuarios de negocio entender la situación operacional actual de la empresa a través de capacidades analíticas, alarmas y KPIs de negocio.
- Permite predecir la llegada de una nueva situación de negocio, bien sea un riesgo o una oportunidad que requiere la atención del usuario.
- OPI permite tomar acciones desde la misma herramienta. Automatiza pasos y guía a los usuarios con una serie de acciones a realizar para solventar esa situación del negocio.
- Potencia la colaboración entre empleados incluyendo funcionalidades de colaboración entre usuarios, y la asignación y gestión de tareas a través de una bandeja de tareas.

El conjunto de soluciones SAP Intelligent Business Operations, además de OPI, integran también tecnologías SAP ya existentes:

- **SAP Event Stream Processor** como motor de procesamiento de eventos,
- **SAP Process Orchestration, con BPM y BRM (Business Rules Management)** para la orquestación de procesos y,
- **SAP Power Designer** para el modelado de procesos.
- **Integración completa con procesos y workflows en los sistemas ERP.**

SAP Intelligent Business Operations ayuda a reinventar los procesos tomando conciencia de la operación actual del negocio y su progreso apoyando la estrategia de transformación digital de las empresas.

Si quiere saber más sobre SAP Business Intelligent Operations, puede dirigirse a los siguientes enlaces:

<http://scn.sap.com/community/operational-process-intelligence>

<http://www.sap.com/pc/tech/in-memory-computing-hana/software/operational-process-intelligence/index.html>

<https://help.sap.com/hana-opint>

JESÚS JAVIER GARCÍA FERNÁNDEZEmpresa: **Informática del Ayuntamiento de Madrid**Cargo: **Jefe de Departamento de Sistemas de Información de Recursos Humanos**Grupo de Trabajo en el que participa: **HCM Sector Privado****¿Desde cuándo acude a las reuniones de este Grupo de Trabajo?**

Nosotros implantamos SAP Recursos Humanos en el año 2006 y comenzamos a asistir de forma regular a las reuniones de Recursos Humanos Sector Público, grupo en aquel entonces de nueva creación. Desde 2009 también asistimos a las reuniones de HCM Sector Privado.

¿Qué le aporta a usted su participación en él?

Como he comentado anteriormente, mi primer contacto con AUSAPE se debe al grupo de Recursos Humanos Sector Público donde las empresas que formaban parte del mismo tenían grandes retos y muchas solicitudes de desarrollo que realizar a SAP.

La participación en el grupo HCM Sector Privado, grupo consolidado desde hace más años, me dio otra perspectiva del mundo SAP, ya que la mayoría de los temas que allí se exponían, buscaban una solución rápida por parte de SAP o utilizar la experiencia del grupo al afrontar situaciones similares.

En resumen, el grupo HCM Sector Privado me aporta un canal de comunicación con SAP (estado de los nuevos desarrollos, incidencias, peticiones), un espacio para compartir experiencias con el resto de asociados y un lugar donde descubrir nuevas herramientas de ayuda a la gestión.

¿Qué beneficios obtiene su empresa de su implicación?

El mayor beneficio radica en aprovechar la experiencia del grupo a la hora de abordar un problema con la herramienta, así como la fuerza que ejerce ante SAP cuando es necesario implantar nuevas funcionalidades.

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

La implicación de las personas que forman parte del mismo, que se refleja en la masiva asistencia a cada una de las convocatorias.

**Mercedes-Benz****RAQUEL PASTOR AMEYUGO**Empresa: **Mercedes-Benz España. S.A.U. (Fábrica de Vitoria)**Cargo: **Responsable de Administración de Personal**Grupo de Trabajo en el que participa: **HCM Sector Privado****Por primera vez, ha acudido a una reunión de este Grupo. ¿Cuál ha sido el motivo?**

Aunque Mercedes-Benz España (Fábrica de Vitoria) ya viene asistiendo a las reuniones de este Grupo, me parecía una buena oportunidad participar en esta reunión y conocer los desarrollos que está realizando SAP.

En Recursos Humanos hay muchos cambios, y esto nos obliga a actualizarnos continuamente. Por ejemplo, uno de los grandes retos que tenemos este año, es el nuevo Sistema de Liquidación Directa de la TGSS (Cret@).

¿Cuál ha sido su primera impresión?

Me parece muy positiva la posibilidad de intercambiar experiencias con otras empresas y poder transmitir conjuntamente nuestras inquietudes a SAP.

¿Qué cree que le ha aportado?

Conocer las últimas novedades relacionadas con SAP, estar al día en aspectos legales o intercambiar experiencias con otros colegas sobre normativas de aplicación. Todos ellos son aspectos importantes para el desarrollo del trabajo diario.

¿Y a su empresa?

En Recursos Humanos hay continuamente cambios y proyectos. Participar en este grupo y estar en contacto con otras empresas, nos ofrece seguridad a la hora de implementar cualquier cambio legal y, al disponer de la información actualizada, nos ayuda a tomar decisiones y cumplir estrictamente con los requisitos de la Administración.

¿Piensa repetir?

Seguro que sí.



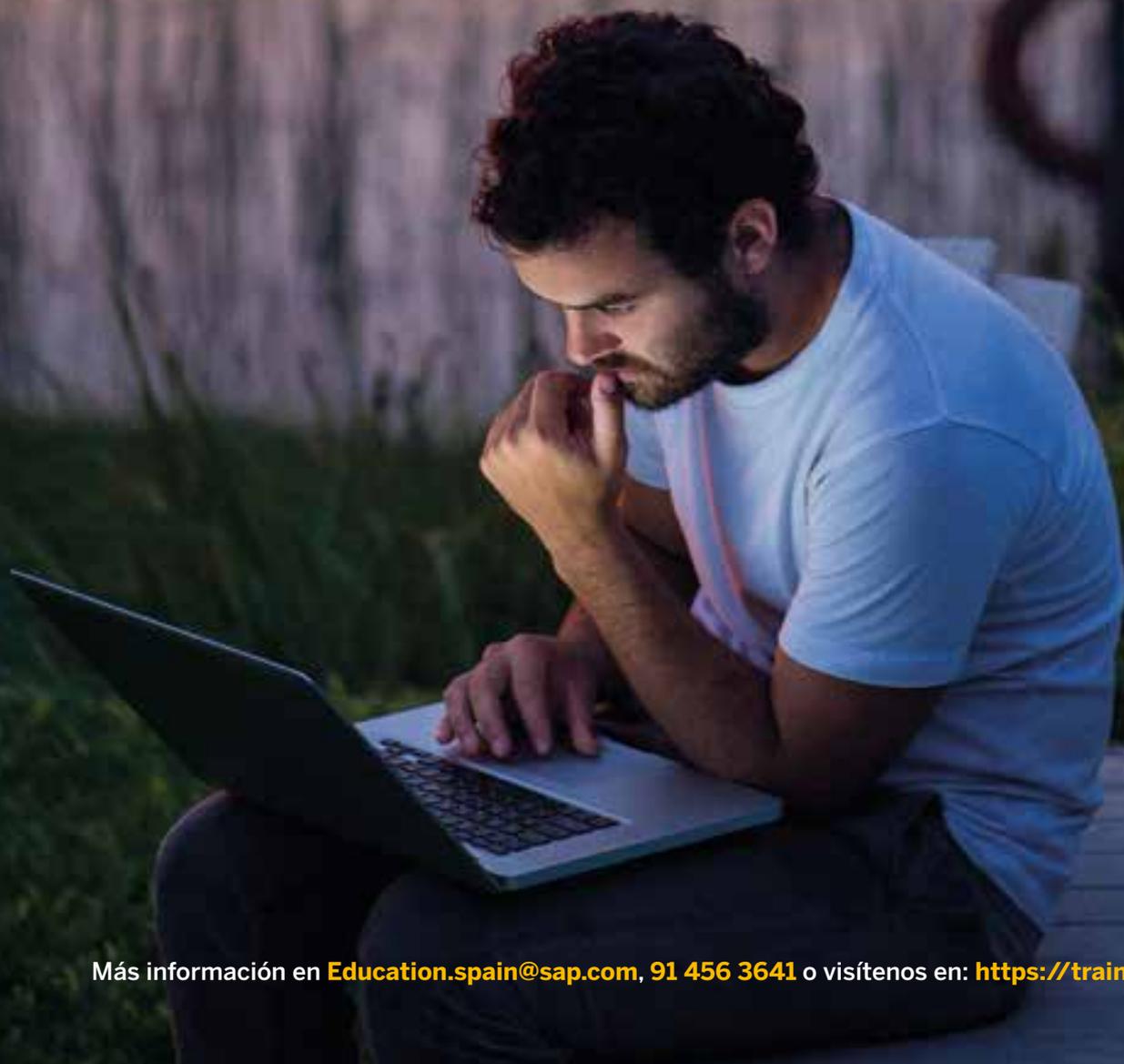
SAP® Learning Hub

SAP® Learning Hub le aporta la comodidad de la formación en la nube. Con SAP Learning Hub, encontrará toda la formación de software SAP que necesita en un solo lugar, cuando y donde lo necesite.

Una suscripción a SAP Learning Hub ofrece a los usuarios una solución basada en la nube, con acceso ilimitado a contenido de alta calidad reforzada por el aprendizaje de social media y la colaboración entre expertos.

Los usuarios podrán:

- Acceder a contenido on-line, salas de training interactivas, y sistemas de prácticas.
- Mantener las habilidades en SAP actualizadas y construir conocimiento sobre las últimas innovaciones, en cualquier momento y en cualquier lugar.
- Aprovechar las opciones disponibles para grandes clientes, partners y otras comunidades de usuarios finales.



Más información en Education.spain@sap.com, 91 456 3641 o visítanos en: <https://training.sap.com>



The Best-Run Businesses Run SAP™



Helmar Rodriguez Messmer
Design Thinker



Ignacio González García
Ingeniero de Caminos y Doctor en Psicología

Dialéctica: Dato y Perspectiva

*No es la luz de la noche, ni la del crepúsculo, ni tampoco la de la aurora.
Es una luz que no se puede definir y, seguramente, tampoco atrapar.*

Antonio López

AL ENCUENTRO DE ÍTACA

Hoy te invitamos a disfrutar de "El sol del membrillo" y pensar con el "El misterio Picasso". **El Sol del Membrillo** (1992), dirigida por Víctor Erice, es uno de los buques insignias del mejor cine español, navegando entre lo cotidiano y lo inefable. Revela un inmenso tratado de creación artística que concilia el encuentro, la aventura, la incertidumbre y la pasión en el devenir artístico de Antonio López, el genio de la pintura realista.

Una obra sutil y bella, en cuyo relato cinematográfico se cruzan los caminos y el Arte encuentra el Arte. Su director llega a convertir la cámara en pincel que dibuja el vértigo de un proceso tan sorprendente y misterioso como es el de la creación artística.

El pintor manchego persigue en esta cinta su particular quimera; la representación del sol a través de su reflejo en un membrillero que recientemente hubo plantado en su jardín. Quiere, a toda costa, captar la luz encarnada en membrillo. En ese afán incisivo, riguroso y amablemente tenaz insiste en poner límites, formas y colores donde no los hay, donde no los puede haber, porque en ese lugar imposible, el de la luz, las obras no tienen realidad sino sólo horizonte.

Cuenta Antonio: "Mis obras son obras sin final, nunca terminan, se detienen". Se detienen exhaustas

ante la imposibilidad de alcanzar esa utopía anhelada *en la que lo representado se convierte en la realidad misma.*

Escuchando atentamente al genio, pensemos ahora en la posibilidad de captar el deseo de nuestros clientes, de nuestros colaboradores y, de lo que es mucho más importante, de los hijos, de la familia. También es esto una obra sin final. No es posible alcanzar aquello por ellos representado: la realidad misma. Aun así, siendo conscientes de que no alcanzaremos el límite, podemos recorrer el devenir de su trayectoria de dos formas que aquí llamamos realista e impresionista.

Antonio López fue un pintor realista. Encarnó -espero que de haberme oído no le ofendiera- en el arte el espíritu del ingeniero. Se sitúa con preferencia en los exteriores que le asaltan y obligan a reaccionar y, así, situarse muy cerca de la verdad, muy cerca de la belleza. Con fe ciega. Cree que la vida le entregará lo que necesita si sabe esperar, si sabe soportar el vacío de la incertidumbre, si sabe soportar la falta, como diría Lacan. Cree que los problemas, para él los de la pintura, tienen una solución determinante. La saben los que han estudiado. Si no se sabe, no hay más que perseverar más días y más noches intentándolo. Precisión, constancia, sacrificio. De esta manera marca con clavos en el suelo el punto exacto donde



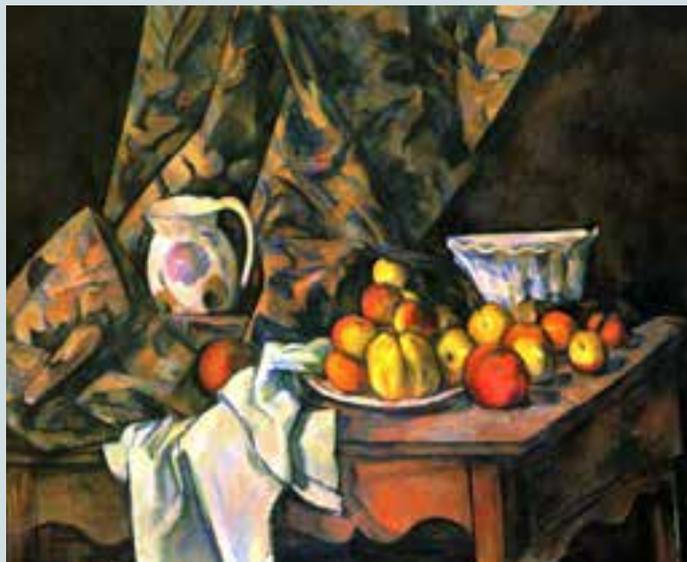
debe situarse *siempre* y férreamente, y allí acomoda sus punteras y fuerza su punto de vista. Marca con tenues líneas la posición cambiante de los membrillos, pinta bajo la lluvia, clava plumadas, tiende líneas del horizonte.

Pero en vano. Sabe el genio que cada día que pasa, los membrillos crecen y con ello las ramas ceden a su peso, milímetro a milímetro y cada día. Si uno es honrado, como es él, debe rehacer ¡todo el cuadro!, porque su posición con respecto a la línea del horizonte ha cambiado. ¡Maldita sea la perspectiva cónica!

El poder inexorable del tiempo sobre el artista queda de manifiesto cuando, honradamente, pasados unos meses, tiene que abandonar su primera ilusión, la captura de la luz, el óleo, los colores de la juventud, y cambiar su propósito por la realización de un dibujo, ya sin color, que finaliza, inconcluso, unas semanas más tarde, cuando el otoño ya no es capaz de retener la lozanía y el esplendor de la planta. Se acabó. Pasó la vida. Quien busca la luz pierde la realidad. *Quien se conforma con la realidad pierde la luz.*

CÉZANNE

Una alternativa al realismo es el impresionismo, creado para captar la fugacidad de la luz. Pensamos en él con otro documental, uno de los claros antecedentes del "Sol del Membrillo" como es "El misterio Picasso" de Clouzot, del año 1956, que también refleja en modo documental el proceso creativo de un artista.



Picasso fue un genio del impresionismo pero el ingeniero de los impresionistas fue, sin duda alguna, Cézanne (1839-1906). Hombre radical, que buscó el límite retirado a la Provenza y se negó a mirar por un solo ojo, como dicta la perspectiva. Se negó a tener un punto de vista. Se preguntó ¿qué es lo que veo? Se empeñó en algo tan perturbador como *tener los dos ojos abiertos*, sabiendo que fracasaría. Lo hace desde sus bodegones

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.

hasta paisajes como *"La montaña de Saint Victoire"*. Hasta el último día. Pintando un paisaje permanece dos horas bajo la lluvia hasta que cae inconsciente y tras ser recogido por un automovilista muere a los pocos días de neumonía.

Cézanne no pretende captar la realidad mutilada o deformada o simplificada o edulcorada, no quiere capturar la perspectiva. Por entregar "lo que hay" aporta más información, un mismo objeto visto desde dos sitios o desde muchos puntos de vista. En su titánica busca de la certeza renuncia a afirmar "Esto es lo que veo" como dirían Brunelleschi o Dürero. En sus naturalezas muertas como en *"Fruta y jarra en una mesa"* (1892), o *"Naturaleza muerta con manzanas y melocotones"* (1905) persigue durante décadas el vacío permanente que es la duda y, como dijo la crítica americana Barbara Rose se pregunta siempre, como punto de partida: ¿Es esto lo que veo?

Cézanne aporta en sus cuadros más datos a cambio de perder perspectiva en otro proceso sin límite alcanzable. Con ello anticipó la inquietud de los cubistas como Braque que en *"Violín y paleta"* (1909) concentra su esfuerzo en *comprender* la forma, esto es, *cómo en realidad observamos un objeto*. Prefiere el dato a la ilusión.

Por tanto, cuanto más información, menos perspectiva. Si tuviera un big data con todo lo que hacen mis hijos minuto a minuto, o mis clientes, tendría información, pero no tendría perspectiva. Si en un cuadro representáramos una catedral lejana y una basura cercana, la perspectiva nos obligaría a hacer de lo importante pequeño y de lo cercano grande, algo que jamás admitiría, como bien mostró Hans Belting, la pintura oriental.

Re-presentar es decidir. Se pueden abrir los dos ojos, como los empiristas, con lo que se tiene información pero no perspectiva; cerrar un ojo con lo que se tiene perspectiva aunque no información, como las parejas que viven engañándose, o pintar sin perspectiva poniendo cerca lo importante. Para ello hay que mirar al interior.

No se pueden tener las tres. Hay que pagar un precio. Tienes que decidir si prefieres tener datos, si prefieres tener perspectiva o si prefieres saber lo que para ti es importante. Si quieres todo, no sirve con mirar de una forma. Hay que hacerlo de tres.

IMAGEN E IMAGEN-MOVIMIENTO

Gilles Deleuze estudió la imagen, reflexionando sobre la noción del diagrama y sobre el cine primero en *Cine I Bergson y las imágenes*. (2008) y luego en *Cine 2. Los signos del movimiento y el tiempo* (2011), ambas publicadas por editorial Cactus y en las que desarrolla el concepto de imagen-movimiento.

La imagen movimiento necesita de una cámara, de un artificio que construya la ilusión. La presencia puede ser sutil o manifiesta.

La presencia de la cámara, más concretamente la presencia del artificio tecnológico, es protagonista absoluto en la película de Clouzot donde, en el octavo cuadro, Picasso inicia una lucha contra el tiempo impuesto por el "set" centrado en los amenazantes aparatos cinematográficos. Surge a la luz la lucha del hombre contra las fauces del tiempo, Saturno tratando de, una vez más, devorar a otro de sus hijos. La destrucción de lo finito para conservar su eternidad.

Al contrario de Erice, Clouzot saca a Picasso de su contexto habitual, lo aísla en un estudio cinematográfico y lo expone al encuadre y la iluminación de la cámara. Allí, Picasso, creador,

hace emerger la pintura *de la nada*. Picasso no pinta mirando el mundo, al árbol del membrillo o a la luz, sino indagando en su interior y dialogando con las pinturas que crea. De esta manera en una suerte de cadena de producción artística va dibujando velozmente un cuadro tras otro, llegando a completar más de veinte. Aunque la presencia de la mecánica hace nacer unos cuadros que podrían ser llamados desde el ¿Y qué? número 1, hasta el ¿Y qué? número 20.

En el Sol del Membrillo la cámara permanece oculta, estática y tan solo al final revela los artificios de su poder. Erice muestra el tiempo del no tiempo, donde la Realidad se va revelando en encuentros triviales, en cierto modo, como son, aparentemente, todos los encuentros y cuyo verdadero significado sólo se revelará más tarde, en el tejido de sus implicaciones. El artista que hace y no hace, no apremia, porque sabe que la espera le traerá lo que necesita. Cree como el místico que verá la luz al girar la última curva.

DEL SELFIE A LO SINIESTRO

El registro por tu mirada constituida en cámara, de tus acciones y las relaciones con tus clientes, pueden ser el artifice, si lo deseas, del surgimiento de lo siniestro, de aquello que se oculta del mundo y que expones en la proyección. Son momentos muy distintos al acta de la reunión o la firma del contrato. Hay tanta distancia entre ellos como entre el selfie y el surgimiento de lo siniestro.

Lo que se oculta al mundo, lo siniestro es lo que no está en el selfie, lo que no luce en la perspectiva, aquello que debe ser extraído y cuyo dato, descomponiendo de la perspectiva, debe ser llevado a la luz.

Pasa del selfie a lo siniestro. Los místicos, desde los orientales a San Buenaventura, hablaron del tercer ojo. Nosotros no sabemos tanto.

Sólo te decimos, no es poco, que si quieres crear es bueno mirar tres veces. Con un ojo abierto, para tener perspectiva; con dos ojos abiertos para tener datos; con los dos cerrados, para saber qué es lo que para ti es importante.

Con la llegada del nuevo curso académico retomamos la tarea de compartir ideas sobre innovación y creatividad, esta vez con una serie en la que haremos en cada ocasión referencia explícitamente al cine. No sólo pretendemos en cada artículo compartir la buena experiencia que nos ha entregado una película sino propiciar la posibilidad de que en un futuro inmediato lo podamos hacer en alguna red social y ¿por qué no?, a la antigua y abrir la posibilidad, sin nos lo indicáis, en los correos que incluimos, de pensar juntos sobre cuestiones que os interesen.

Ignacio González García:
igmigonzalezgarcia@gmail.com

Helmar Rodríguez Messmer:
helmar.rodriguez@outlook.com

Mesas de Expertos

Nuevo servicio de AUSAPE para las empresas asociadas



Ya es posible plantear tus dudas y consultas directamente a expertos en SAP

BARCELONA - 28 de octubre

MADRID - 29 de Octubre

Infórmate en nuestra web:

www.ausape.es



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



Ana Marzo Portera
Marzo & Abogados

Marzo & Abogados
DISEÑO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Software social en el entorno empresarial, ¿qué hay que tener en cuenta?

¿Qué es el software social?, una pregunta muy habitual con múltiples respuestas según el escenario desde el cual se responda. Pero en el marco empresarial el software social está siendo cada vez más utilizado y más implementado en herramientas de trabajo, fundamentalmente cuando la empresa es grande y se encuentra en un grupo en ocasiones multinacional.

El software social empresarial es una de las variantes del software social y, con él, se amplían las posibilidades de conexión y comunicación entre los empleados de una empresa o de un grupo de empresas, comunicación que no se limita a los sistemas de mensajería sino que abarca foros, chats, grupos de trabajo, gestores documentales, sistemas de videoconferencia y muchos otros servicios.

Además, las empresas pueden utilizar el software social para gestionar sus departamentos, como sería el caso del software social profesional para la selección de personal o favorecer las relaciones institucionales de la empresa. En este ámbito la apertura de una página oficial en redes como LinkedIn o Facebook suponen las alternativas más frecuentes.

Qué se pretende con ello. Nada más lejos de lo habitual en el mundo de la empresa: conseguir la interacción de grupos de empleados unidos por criterios empresariales comunes como pertenecer a la misma empresa o grupo de empresas, compartir proyectos, organizar y compartir contenidos, gestionar personas. ¿Entonces, cuál es la novedad? Sencillamente explotar esas funcionalidades del software que tan buenos resultados ha dado en las relaciones sociales personales a través de las redes como Facebook, LinkedIn, Instagram, YouTube, MySpace, WhatsApp y otras tantas, y que han sabido “enganchar” a los usuarios por esa facilidad de uso, inmediatez, conectividad y accesibilidad.

Así, los empleados, ya fieles y enganchados a las redes sociales, serán buenos candidatos a utilizar estas mismas redes para el desarrollo de su actividad empresarial.

Pero ¿realmente las empresas emplean estas herramientas con las debidas medidas legales para la protección de los de-

rechos de los empleados? Esta cuestión seguramente no está tan clara.

El software social está al alcance de cualquier empresa que quiera integrarlo en su actividad y con su implantación se rompe el límite de la intimidad del trabajador en el marco de las relaciones laborales. Con el uso de estas herramientas, tanto la empresa como el resto de trabajadores acceden a un perfil de cada usuario más allá de quién es, qué puesto ocupa, qué trabajo desarrolla, cómo localizarlo. Con el software social integrado en los procesos empresariales, el empleador llega a conocer con quién se comunica, cuántos y quiénes son sus contactos, qué gustos tiene, cómo y dónde está etiquetado, en qué grupos está y todo un sinfín de informaciones que pueden llegar a conformar del empleado, un perfil público entre sus compañeros y un perfil privado para sus superiores, hasta ahora desconocido.

La Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) lo tiene muy claro. En un informe basado en el Dictamen 8/2001 del Grupo de Protección de Datos del Artículo 29 de la Directiva 95/43/CE, ya manifestó que, en cuanto a la legitimación del tratamiento, “por lo que respecta al “Consentimiento”, si un empresario debe tratar datos personales como consecuencia inevitable y necesaria de la relación laboral, no debería legitimar este tratamiento a través del consentimiento. Pero, por el contrario, el recurso al consentimiento deberá limitarse a los casos en los que el trabajador pueda expresarse de forma totalmente libre y tenga la posibilidad de rectificar posteriormente sin verse perjudicado por ello”.

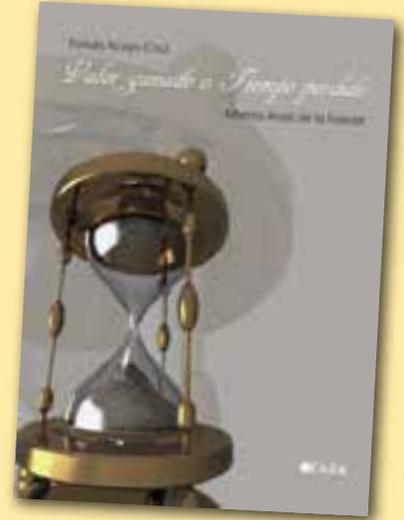
En definitiva, según la AEPD, “*el consentimiento no debe constituir un fundamento jurídico válido para el tratamiento de datos de carácter personal cuando exista un desequilibrio claro entre el interesado y el responsable del tratamiento. Así sucede especialmente*

Tomás Acuyo Cruz y Alberto Arias de la Fuente
NAVANTIA (Grupo SEPI)



Valor ganado o Tiempo perdido

Tomás Acuyo y Alberto Arias, de NAVANTIA, nos presentan su libro 'Valor ganado o Tiempo perdido', que acaban de publicar. En él desgranar, de forma amena, los retos y vicisitudes que los Jefes de Proyecto de cualquier empresa tienen que afrontar a lo largo de un proyecto, y nos introducen en la metodología Earned Value Management System.



Llevar a cabo un proyecto, sea de implantación de un software, aplicativo o la puesta en marcha y ejecución de una nueva iniciativa productiva, supone siempre un reto para las compañías pero, en especial, para los Jefes de Proyectos, que deben poner sus mejores habilidades y capacidades para cumplir su objetivo.

El Jefe de Proyecto debe conocer la situación de partida, el objetivo y fin perseguido, los recursos con los que cuenta, seleccionar y contar con un buen equipo, e identificar los riesgos que con toda seguridad le esperan (aversión al cambio, hostilidades internas y externas, cumplimiento de presupuesto y plazo,...). Vive en primera persona las rigideces y tensiones y, en algunas ocasiones, dichas tensiones le pueden costar la electrocución (profesionalmente hablando).

Como experiencia personal, y en nuestro avatar profesional tuvimos que implantar, adaptar y aplicar la metodología de valor ganado (EVMS, en sus siglas en inglés) a los proyectos desarrollados en nuestra empresa. Seleccionamos y formamos un equipo mixto de trabajo interno y externo y, como sucede en todos los proyectos, trabajamos, sufrimos, a veces nos reímos, nos equivocamos, rectificamos y, finalmente, logramos acabar el proyecto.

Aunque terminamos cansados, decidimos, con algo de masoquismo por nuestra parte, aprovechar la labor realizada y obtener dos subproductos asociados a la faena:

- Presentarnos a los premios SAP Quality Awards Iberia, donde fuimos afortunados y conseguimos el segundo puesto en la categoría de Business Transformation.

- Escribir una novela, con personajes y situaciones ficticias, pero intentando reflejar las vicisitudes que se producen o pueden producir en la ejecución de un proyecto y que, a la vez, permitiesen de una forma amena introducirse, sin aburrirse, en el Earned Value Management System, una metodología de seguimiento de proyectos cada vez más utilizada y exigida por los clientes internacionales.



En la novela se ha pretendido que el lector pueda vivir en primera persona los procesos de un proyecto, los problemas variopintos que van brotando, las soluciones planificadas, pero también las soluciones improvisadas, la necesidad de contar con un buen equipo de trabajo, poder compartir con ellos las contrariedades y las ideas, aprender con inteligencia a vencer las resistencias internas y las sobrevenidas y, a menudo, la inestimable colaboración de un buen partner que se implique

y te ayude a solventar complicaciones con sus conocimientos y consejos. En resumen, un intento de compartir vivencias "concentradas" con un tinte formativo y siempre buscando el entretenimiento y la simplicidad.

Para terminar, y dado que el proyecto y los subproductos surgen de un equipo, queremos agradecer su ayuda y consejos a Olga Lungu Radusinscaia y Roberto Calvo de AUSAPE, a Manuel Mesa, Juan B. Victorero y Santiago Alvarez de SAPIMSA, y a Rodrigo Ortega, María Antonia Lobato, Emilio Díaz y Santiago Vieites de Navantia, ya que sin ellos nos hubiera sido difícil lograr encontrar la ilusión para afrontar estos retos.



Making HR Work Better

NorthgateAriso 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.

Aplicaciones de movilidad para el mantenimiento

Seidor Plant Maintenance

Solución de movilidad para equipos de mantenimiento de planta.

Seidor Customer Service

Mejore el nivel de servicio de mantenimiento al cliente.

- ✓ Interfaz intuitiva
- ✓ Rapidez de carga
- ✓ Ahorro de costes
- ✓ Actualización constante
- ✓ Total autonomía del equipo técnico

Consiga el 25% de descuento en la licencia hasta fin de año.
Para beneficiarse de esta oferta, contáctenos: info@seidor.es

