

AUSAPE

ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE SAP ESPAÑA

Nº 43. Junio 2016

Fórum AUSAPE 2016

Un cóctel con mucho networking, con la innovación y la transformación digital como temas clave

innovación
colaboración
economía digital
diálogo
apoyo
relaciones
networking
influencia
conocimiento
casos de éxito
personas
experiencia
tecnología
hiperconectividad
liderazgo

TAMBIÉN EN ESTE NÚMERO

Luis Miguel Martín

Director de Organización y Sistemas de Grupo Damm

José Aguilaniedo

Director General de UST Global

NOSTRUM

Su CTO nos habla de su experiencia con la tecnología SAP

Tecnocom

Líder en Soluciones y Servicios TIC

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

MÁXIMA CALIDAD EN CADA PROYECTO:

- Miembro de Executive Council SAP EMEA
- Premio mayor volumen de negocios en Business Analytics
- Mayor calidad en Proyectos 2009, 2010 y 2011
- Certificación Partner Center of Expertise PCoE
- Soluciones Certificadas RDS
- Mayor crecimiento de ventas en 2014



• 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

Xavier Ballart
Mónica García Ingelmo
Óscar Soler
José Ignacio Santillana
Jordi Castells
Luis Miguel Martín
Sergi Gistàs

Revista AUSAPE

Dirección:

Junta Directiva AUSAPE

Colaboradores:

Roberto Calvo
Mercedes Aparicio
Rita Veiga
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.



Sergi Gistàs Gil

Miembro de la Junta Directiva de AUSAPE
en representación de Laboratorios ESTEVE

Y, por fin, el Fórum

Estimado Asociado,

Faltan pocos días para que de comienzo el Fórum, el principal evento de la Asociación pensado para que clientes y partners españoles de SAP y la propia compañía se reúnan durante dos jornadas en un entorno de colaboración, intercambio de experiencias y mejores prácticas, y también para conocer y analizar las principales tendencias y tecnologías que pueden hacer avanzar a nuestras empresas.

Ni que decir tiene que con el récord de 624 asistentes a la edición del año pasado, nuestro Fórum es una cita consolidada, no sólo en el ecosistema SAP, sino también en el sector de Tecnologías de la Información.

Cada año el listón, desde un punto de vista cualitativo y cuantitativo, está más alto. Y, por eso, AUSAPE ha configurado una completa agenda que concentra sesiones sobre tecnología, estrategia, innovación, 18 demos de soluciones en directo y 24 casos de éxito que expondrán los propios clientes de SAP con sus socios de negocio. Como reclamos, habrá dos sesiones magistrales de la mano de dos ponentes de excepción. Por un lado, Vicente Fox, ex Presidente de México y actualmente Presidente del Council Advisory de UST Global y creador del Centro Fox, dedicado al desarrollo de liderazgo y, por otro, Alicia Asín, co-fundadora y CEO de Libelium, y experta oradora en conferencias internacionales sobre temas relacionados con smart cities, redes de sensores inalámbricos e IoT.

Detrás de todo esto, está el esfuerzo de muchos meses de un equipo que, durante meses, ha trabajado para conseguir los mejores ponentes y temáticas, y que ha llevado un exhaustivo control de la organización, la logística y que ha coordinado la presencia de los más de 35 partners que, en esta edición, respaldan el evento.

Nuestra pretensión con este trabajo es que el 8 y 9 de junio esté listo hasta el último detalle para que todos los asistentes podamos disfrutar de dos jornadas de networking y relaciones, y de conocimiento, donde extraigamos todas las claves necesarias para que nuestras organizaciones sean más competitivas.

Amigos, todo está preparado para que nos veamos en Zaragoza los días 8 y 9 de junio y allí os esperamos.

Mientras tanto, disfrutad de este número de la revista, que incluye en sus páginas un buen número de entrevistas, artículos e información, sin duda, interesante.



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: @AnaMarzo y www.equipomarzo.com



DESTACAMOS A ...	03
NOTICIAS	04
NUESTROS CIOs OPINAN	12
Luis Miguel Martín, Director de Sistemas y Organización de Grupo Damm	
ENTREVISTA	16
José Aguilaniedo, Director General de UST Global	
Ramón Prat, Director Comercial de Seidor Consulting	
EN PROFUNDIDAD	24
Gestione los cambios regulatorios con confianza y conozca su situación ante los riesgos de ciberseguridad	
El viaje del cliente	
SAP Bank Communication Management: Visibilidad total sobre la gestión de pagos y cobros en una compañía	
Minimizar el impacto en el negocio de los cambios normativos	
Sector Público: Gestión Metodológica de Carteras y Proyectos	
Ejecución del Negocio con Talento en General Dynamics European Land Systems	
Respuestas clave acerca del cumplimiento de la normativa legal y controles internos de las organizaciones de Servicios	
Digitalizarse ya no es una opción	
Gestionar los cambios normativos, un imperativo de vital importancia para las empresas	
El nuevo SAP Fiori as a Service	
RINCÓN GTS	44
Las Delegaciones de Canarias y Baleares reúnen a las empresas asociadas	
AL HABLA CON LOS ASISTENTES A NUESTROS EVENTOS	45
Esther Hernández Godino, de ACCIONA, S.A.	
EL VIRUS DE LA MENTE	46
El eterno retorno de la creación	
ENTREVISTA	49
Apoyamos a APASCIDE, la Asociación de Padres y Amigos de Sordociegos de Aragón	
RINCÓN LEGAL	52
Cambios normativos y Pymes	
LA TRASTIENDA	54
Aina Hidalgo, CTO de Nostrum, marca de Home Meal Replacement	
FIRMA INVITADA	56
Va de quitarse los <i>Blinders</i> , va de <i>Blinders off!</i>	



NOTICIAS (pág. 05)

Fórum AUSAPE 2016: Zaragoza, 8 y 9 de junio

NUESTROS CIOs OPINAN (pág. 12)

Luis Miguel Martín,
Director de Sistemas y Organización de Grupo Damm



ENTREVISTA (pág. 16)

José Aguilaniedo, Director General de UST Global



ENTREVISTA (pág. 20)

Ramón Prat, Director Comercial de Seidor Consulting



LA TRASTIENDA (pág. 54)

Aina Hidalgo, CTO de Nostrum,
marca de Home Meal Replacement

FIRMA INVITADA (pág. 56)

Miquel Lladó, Lecturer del departamento de Dirección Estratégica
del IESE y ex CEO de Bimbo



AUSAPE acompaña a la Asociación de Usuarios de SAP en Portugal en su primer congreso anual

La Asociación de Usuarios de SAP en Portugal (GUSP) organizó su primer congreso anual los días 3 y 4 de mayo. Bautizado como Congresso Anual de Utilizadores em Portugal, GUSP reunió en Coímbra a más de 150 asistentes, y AUSAPE respaldó con su presencia esta iniciativa.

La agenda de este primer evento anual estuvo muy centrada en temas como Internet de las Cosas, las redes de negocios, la descentralización de los Recursos Humanos y soluciones de SAP como SAP S/4HANA, además de casos de éxito.

Por parte de AUSAPE, asistieron como invitados Mónica García Ingelmo, Vicepresidenta de la Asociación, acompañada de Roberto Calvo, Director General, y Rita Veiga, Ejecutiva Comercial y de Gestión. Durante su intervención en la cita portuguesa, Mónica García Ingelmo expresó la satisfacción de AUSAPE por ver cómo los Grupos de Usuarios de SAP y, en especial, el portugués, crece. “La organización de este primer Congreso es un hito para GUSP, que a partir de ahora hay un foro de reunión en el que todas las empresas portuguesas, clientes de SAP, pueden conocer la hoja de ruta de sus productos, y las últimas tecnologías y tendencias tecnológicas del mercado”, subrayó.

Además, en su opinión, encuentros como éste son más necesarios que nunca porque “es un momento en el que las organizaciones tenemos que conocer las claves para abordar la transformación digital, aprovechar la oportunidad de negocio que nos abre y, sobre todo, afrontar los retos que conlleva esta revolución”.

Según la Vicepresidenta de AUSAPE, un evento con temática de este tipo es de por sí importante, pero quiso poner en valor el hecho de que sean los propios usuarios de SAP los que lo orga-

nizan porque, de esta forma, se convierte en “un punto de encuentro de referencia no sólo para transmitir conocimiento (que es necesario), sino también en un espacio en el que se puedan intercambiar experiencias, mejores prácticas y establecer relaciones de confianza con otras compañías”.

Ésa es precisamente la experiencia vivida en España con la evolución de Fórum AUSAPE, cuya duodécima edición está a punto de celebrarse. “Indudablemente el contenido y la calidad de las sesiones es clave. No obstante, nosotros estamos convencidos de que si el Fórum AUSAPE consigue récords históricos de asistencia año tras año (624 profesionales en 2015) y un índice de fidelidad inscripción/asistencia del 94%, es porque se ha convertido en un evento independiente que reúne a todo el ecosistema SAP, tanto a la compañía, como a sus clientes y a sus partners, para intercambiar experiencias y generar relaciones”.

En este punto, la directiva destacó que la agenda de este año de la cita española reúne dos ponencias magistrales, y diversas sesiones generales sobre innovación, las tecnologías clave para la transformación digital y la hoja de ruta de las soluciones SAP y que, además, se desarrollarán demos en directo y 20 empresas –junto a sus partners tecnológicos– expondrán cómo están utilizando la tecnología SAP para mejorar sus procesos e innovar en la era digital.

En su intervención, quiso reiterar su agradecimiento a la organización portuguesa “por haber querido que AUSAPE esté con vosotros y sea partícipe de este importante momento en la evolución de GUSP”, y le trasladó la felicitación de la Asociación por la celebración de este primer Congreso y el éxito de esta primera experiencia.



Fórum AUSAPE 2016: Zaragoza, 8 y 9 de junio



Todo está listo para la XII edición de Fórum AUSAPE, que tendrá lugar en el Palacio de Congresos de Zaragoza los días 8 y 9 junio, y que profundizará en las tendencias tecnológicas que más están impactando en el mundo empresarial, con especial énfasis en las asociadas a la competitividad y transformación digital.

El evento de AUSAPE se ha convertido en la primera cita independiente entre el proveedor de software, sus clientes españoles y los partners de negocio, como lo demuestra que tanto la propia SAP como 36 de sus socios tecnológicos en España respaldan la cita tecnológica.

SESIONES MAGISTRALES Y PLENARIAS

Los asistentes a la cita tecnológica escucharán en directo a Vicente Fox, ex Presidente de México, Presidente del Council Advisory de UST Global y creador del Centro Fox, dedicado al desarrollo de liderazgo, que nos hablará de cómo la tecnología transforma el mundo y lo hace mejor.

También estará con nosotros Alicia Asín, la co-fundadora y CEO de Libelium, que fue Premio Nacional Joven Empresarios (CEAJE) 2014 que concede la Confederación Española de Jóvenes Empresarios 2014, y que es una experta oradora en conferencias internacionales sobre temas relacionados con Smart cities, redes de sensores inalámbricos e IoT.

En cuanto a las sesiones plenarias, la primera tendrá como ponente a Carlos Díaz, que forma parte del Equipo de Liderazgo de SAP en la región Sur de EMEA y su equipo de ventas es responsable de trasladar el porfolio de Innovación de SAP a sus clientes en la zona. Es uno de los 15 miembros más fuertes de la comunidad SAP, según la revista Business Insider, experto orador

internacional sobre Innovación y autor del libro “¿Estás preparado para China?”, publicado por el Centro de Investigaciones Sociales y la Universidad ICTE de México. Antes de incorporarse a SAP, fue Vicepresidente de Ventas en Meta4, HR Access y Raccoon, en USA, México y España. Carlos empezó su carrera internacional en Hewlett Packard.

La segunda correrá a cargo de Marc Nolla, Director de Iniciativas Estratégicas SAP DGTAL EMEA South, Licenciado en Administración de Empresas, MBA por ESADE y PMP por el Project Management Institute. Con más de 20 años de experiencia apoyando a clientes para hacer crecer sus negocios con soluciones SAP, es experto en asesorarles sobre el impacto de la transformación digital en sus modelos de negocio y en cómo pueden innovar en áreas como Big Data, Internet de las Cosas y Omni-canalidad.

UNA AGENDA COMPLETA

Además de las dos sesiones magistrales y de las sesiones plenarias, centradas en estrategia y tecnologías para la innovación, la agenda del evento concentra 18 demos en directo y 20 empresas –con sus partners de tecnología– expondrán cómo están utilizando la tecnología SAP para mejorar sus procesos e innovar en la era digital. Xavier Ballart, Presidente de AUSAPE, y João Paulo da Silva, General Manager de SAP España, Israel y Portugal, serán los encargados de inaugurar el Fórum y harán entrega a APASCIDE-ARAGÓN de un donativo con parte de lo recaudado por la inscripción al evento.

El objetivo de la organización es superar la cifra récord de asistencia del año pasado, que reunió a 624 profesionales del ecosistema SAP.

En el mini-site del Fórum ya se pueden consultar los detalles de esta edición:

www.ausape.es/ausape/Archivo/7-Forum/2016_XII_Forum/2016_Forum_Minisite/index.html

AGENDA XII FÓRUM AUSAPE

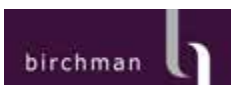
MIÉRCOLES 8 DE JUNIO - 2016								
08:00 - 09:00	Traslado desde Estación AVE. Recepción, Inscripción y Networking en Puntos de Encuentro. Café de Bienvenida.							
10:00 - 12:00	¿Qué te espera en el Fórum AUSAPE 2016?							
	Bienvenida Xavier Ballart (Codorníu), Presidente de AUSAPE. João Paulo da Silva , VP & General Manager de SAP España, Portugal e Israel. José Aguilaniedo , CEO España y LATAM UST Global. Monica G. Ingelmo , (Orange), Vicepresidenta de AUSAPE.							
	Vicente Fox , ex-Presidente de México y Presidente del Advisory Council de UST Global: <i>"La Tecnología ayudando a un mundo mejor"</i> .							
12:00 - 12:25	Pausa y Networking en Puntos de Encuentro.							
	SALA B1	SALA B2	SALA B3	SALA B4	SALA P11	SALA P13	SALA P21 Y P23	SALAS P12
12:30 - 13:15	SEIDOR SAP Business One	UST GLOBAL Recursos Humanos	i3S Implantación de EHS	BIRCHMAN SuccessFactors	EY Network Lifecycle Management	STRATESYS SuccessFactors	SESIONES DEMO	SAP S/4HANA actualización y novedades
13:20 - 14:05	SEIDOR Analytics	TECNOCOM Fuerza de ventas SAPUI5	IBERMÁTICA R/Thinking: Road to HANA	SCL Real-Time con SAP HCP	TECHEDGE SAP Fiori a medida	SYMTRAX Admon. Documentos SAP	SESIONES DEMO	SAP HANA Cloud Platform
14:10 - 16:00	Foto de Grupo, Comida, Café y Networking en Puntos de Encuentro.							
16:00 - 17:00	Alicia Asín , Consejera Delegada de LIBELIUM. <i>"IoT, Interoperabilidad e Internacionalización, Las i-claves del éxito de Libelium"</i> .							
17:00 - 18:00	Carlos Díaz , Head of Innovation in SAP EMEA South. <i>"Say hello to SAP CliMate: The Green Commons"</i> .							
18:00	Traslado a los Hoteles.							
20:15	Cena. Traslado a La Finca La Alquería. Traslado de regreso a los Hoteles a partir de las 23:30h. cada 30 minutos hasta las 01:30h.							

JUEVES 9 DE JUNIO - 2016								
08:30 - 09:30	Traslado desde Hoteles. Recepción y Networking en Puntos de Encuentro.							
09:30 - 11:00	La transformación digital con SAP Pilar Martínez , Directora Cloud y LoB SAP España. João Carvalho , Director de soluciones y desarrollo de negocio SAP España. Sergio García , Sales Director Data Base & Data Management SAP España.							
	Café y Networking en Puntos de Encuentro.							
	SALA B1	SALA B2	SALA B3	SALA B4	SALA P11	SALA P13	SALA P21 Y P23	SALAS P12
11:30 - 12:15	SEIDOR Omnicanal	HUAWEI Digital Transformation	ITELLIGENCE Implementación SAP EWM	OPENTEXT Transformación Digital	FUJITSU Hadoop as a Service	T-SYSTEMS HANA	SESIONES DEMO	SAP S/4HANA actualización y novedades
12:20 - 13:05	SEIDOR SuccessFactors	SEMANTIC Beneficios del outsourcing	MOVILIZER Movilidad en SAP	FIRMAMED Firma Electrónica	INTEGRA SuccessFactors	COMMON Historia Clínica en HANA	SESIONES DEMO	SAP Liderazgo y talento en la era digital
13:10 - 14:00	Marc Nolla , Director de Iniciativas Estratégicas SAP DGTAL EMEA South <i>"Internet of Things: News from the Edge"</i>							
14:00 - 14:30	Sorteo de Regalos y clausura.							
14:30 - 16:30	Comida, Café y Networking en Puntos de Encuentro.							
15:00 - 17:00	Traslado Estación AVE.							

PATROCINADORES XII FÓRUM AUSAPE



ASOCIACIÓN DE PADRES Y AMIGOS DE SORDOCIEGOS DE ARAGÓN
APASCIDE-ARAGÓN



AUSAPE participa en el Innovation Adoption Charter de SUGEN

AUSAPE sigue participando activamente en el Innovation Adoption Charter, un grupo internacional dentro de SUGEN que centra su trabajo en buscar fórmulas para adoptar la innovación en SAP.

Su última reunión tuvo lugar el pasado 7 de abril en las oficinas de SAP en Barcelona y, además de AUSAPE, viajaron a la Ciudad Condal representantes de UKISUG (asociación de Reino Unido e Irlanda); SAPSA (de Suecia); VNSG (de Holanda) y USF (de Francia).

La jornada se centró en identificar cómo las empresas pueden abordar las innovaciones SAP o de cualquier otro proveedor. Para ello, utilizando la metodología Design Thinking dirigida por un coach se pretende definir una herramienta SAP que permita un enfoque alineado entre las unidades de negocio y los departamentos de TI que aporte valor a las organizaciones.

Durante el evento, se han presentado los avances en la solución SAP Innovation Discovery, disponible en SAP Service Marketplace, para ayudar a las empresas a encontrar aquellas funcionalidades de producto que pueden ser útiles para sus negocios a través de un menú flexible. Se trata, en definitiva, de una herramienta de autoserivicio que facilita el acceso al portafolio de soluciones de SAP, con altas dosis de personalización. De esta for-

ma, no sólo es más sencillo encontrar las mejoras de las soluciones, sino también las que vendrán en un futuro próximo.

El grupo seguirá trabajando para llegar a unas conclusiones que se presentarán en la próxima reunión de SUGEN en Waldorf (Alemania), y poder trasladar los resultados de su esfuerzo a todas las Asociaciones de Usuarios de SAP.

Por parte de AUSAPE participaron José Ignacio Santillana, miembro de la Junta Directiva, y David Ruiz Badia, ex Presidente de la Asociación.



OpenText centra su Innovation Day en su plataforma Release 16



OpenText celebró el 19 de abril en Madrid su evento anual de clientes, que contó con Accenture Digital, Amypro, DCL Consultores, EQT, Minsait, SCL, Stratesys y VILT como partners patrocinadores.

Ante 132 clientes, la firma ofreció su visión sobre la transformación digital y las soluciones que la harán posible, como su nueva plataforma OpenText Release 16, que incluye Suite 16 y Cloud 16, para gestionar y analizar todo el flujo de información, abordando áreas clave de la experiencia del usuario, integración M2M, automatización y otros aspectos de la organización digital.

La plataforma digital integral, que se puede desplegar on-premise, en la nube o en entornos híbridos, está pensada para que los clientes coordinen su transformación digital a través de un único proveedor.

"Con OpenText Release 16, ofrecemos la única plataforma EIM integrada, esencial para que cualquier organización se transforme en una compañía de información; y en un mundo digital, todos somos compañías de información", señaló el CEO y CTO de OpenText, Mark J. Barrenechea.



SAP y Atos, un tándem de éxito en proyectos de transformación de negocio

En los últimos años el tándem formado por SAP y Atos ha liderado alguno de los proyectos más singulares de transformación de negocio y hoy es uno de los grandes impulsores de la transformación digital. Proyectos que se articulan en torno a tres grandes premisas: la capacidad de aportar nuevas visiones de negocio, llevar a lo más alto el crecimiento y la eficiencia del negocio, y acelerar la generación de valor.

Un entorno nuevo, con nuevos vectores en la empresa: movilidad, IoT, Cloud, Big Data, Analytics, Industria 4.0... donde juntos, SAP y Atos, están construyendo experiencias novedosas y disruptivas que resuelven las nuevas necesidades de las empresas digitales y crean modelos de negocio inéditos, que transforman las relaciones tradicionales del mercado y que se orientan a la experiencia del cliente.

Un éxito que suma la excelencia de soluciones de última generación como SAP HANA y todo su potencial, la experiencia, conocimiento del negocio y capacidad de integración de Atos y la potencia de sus sistemas Bull.



an **NTT DATA** Company



¿CÓMO SAP HANA PUEDE TRANSFORMAR TU NEGOCIO?

SOMOS LA RESPUESTA.

EVERIS
SAP BUSINESS UNIT

attitude makes the difference

Consulting, IT & Outsourcing Professional Services

AUSAPE abre un nuevo Grupo de Trabajo: Industria 4.0

Bajo la coordinación de Vicente García Barragán, de Mantequerías Arias, ha comenzado su actividad el Grupo de Trabajo Industria 4.0, con una primera reunión que tuvo lugar en el hotel AC Avenida de América de Madrid y a la que asistieron 40 personas.

El nuevo Grupo de Trabajo centrará su trabajo en torno a la denominada 4ª Revolución Industrial que tiene su base en la adopción de tecnologías, como Internet de las Cosas (IoT, en sus siglas inglesas) a los procesos productivos y logísticas.

A lo largo de esta primera sesión, se expuso de la mano de expertos de SAP la estrategia y soluciones de SAP para dar cobertura a este nuevo paradigma de negocio, que se ha dado en llamar Industria 4.0 y que conducirá a las empresas del sector Industria a la inevitable transformación digital.

La agenda constó de cuatro presentaciones. Julio Insa, Customer Solution Manager de SAP España expuso la estrategia de SAP en Internet de las Cosas, al que siguió Carlos Portillo, del EMEA CoE (Centro de Excelencia) for Extended Supply Management, que abordó el tema de la fabricación conectada o 'connected manufacturing' en terminología anglosajona.



La segunda parte de la sesión se centró en profundizar en diferentes escenarios de uso de las soluciones SAP Manufacturing Execution y SAP Manufacturing Integration & Intelligence.

Además, también se llevó a cabo una presentación de la solución de mantenimiento de aplicaciones, SAP Predictive Maintenance and Service, que realizó Carlos Chicharro, especialista en Soluciones de Logística y Producción de la compañía.

Nuevos Asociados

Apartado dedicado a las nuevas empresas que se incorporan a la Asociación. En este número damos la bienvenida a:



APSOLUT SPAIN
Consultoría Sector Compras
www.ap-solut.com



IMAGINERIGHT IT
Consultoría SAP
www.imagineright.com



BESH
Sector Gestión de Recursos Informáticos
www.bes-h.com



HANSE ORGA
Consultoría SAP
www.hanseorga.com



BLUESUN HOLDCO
Fabricación y venta de productos del hogar
lalavandera.com



LABORATORIOS INIBSA
Industria Farmacéutica
www.inibsa.com/es



EDICOM
Consultoría informática
www.edicomgroup.com



OHL
Sector Construcción
www.ohl.es



GIGAS
Consultoría SAP
www.gigas.com



3A FyC
Consultoría SAP
www.3afyc.es



GRUPO J. URIACH
Industria Farmacéutica
www.uriach.com



TRANS FORMA CIÓN DIGITAL



100% SAP El viaje del cliente



C4C



HYBRIS



ANALYTICS

Dibuja una estrategia digital a través de la integración de la tecnología SAP, para predecir qué quiere tu segmento objetivo y dárselo.

Tendrás la certeza de satisfacer sus deseos gracias a una visión 360° de su perfil de consumo.

altim[®]
El valor de la innovación

Más información:
Visita nuestra web
www.altim.es



Luis Miguel Martín,
Director de Sistemas y Organización de Grupo Damm



“Los Departamentos de TI hoy tienen un claro enfoque en la innovación y en ofrecer soluciones al negocio”

En esta revista entrevistamos a Luis Miguel Martín, responsable de Sistema y Organización de Damm, un grupo de empresas del sector de Alimentación y Bebidas, con un claro liderazgo en el mundo cervecero. En nuestra reunión con él nos desgrana su visión sobre la tecnología y el papel que desarrolla actualmente en las empresas, y nos habla de la estrategia de transformación digital de la firma y de los principales proyectos en los que él y su equipo están trabajando.

Háblenos de los objetivos estratégicos de Grupo Damm.

Como grupo líder en el sector de Alimentación y Bebidas, una de las prioridades de la organización es el crecimiento, tanto orgánico como inorgánico.

Una de las palancas de este crecimiento es la internacionalización y, en este sentido, se están impulsando el proceso de expansión internacional que nos ha llevado a tener presencia en más de 70 países.

Y una tercera prioridad es la digitalización del grupo, enmarcada dentro de la estrategia Damm 3.0 y que está muy orientada a mejorar los procesos desde el punto de vista de la relación con nuestros diferentes clientes: distribuidores, consumidores y detallistas. A esto se añade la búsqueda de nuevas fuentes de ingresos que vengan de la digitalización y que tengan que ver con nuestro negocio.

¿Cuál es el papel del Departamento de TI de la compañía a la hora de cumplir estos objetivos?

Nuestro trabajo consiste en dar soporte a todas las empresas del grupo, tanto al negocio cervecero con todas las marcas, como al de agua, restauración y logística.

TI tiene también un papel muy importante en la estrategia Damm 3.0, ya que la estamos co-liderando junto con el área Marketing.

¿Cómo está estructurado el Departamento?

Somos una central de servicios para prácticamente todas las empresas del grupo. Es una organización bastante plana, con una parte del equipo que se encarga de los proyectos y de dar servicio a las diferentes áreas de negocio (comercial, operaciones, recursos humanos, compras, finanzas etc.) y que se ocupa también de la informática industrial, algo que no es muy habitual en el sector.

La otra parte del equipo proporciona servicios horizontales a toda la compañía. Ahí se incluye infraestructura y comunicaciones; organización y desarrollo.



Un firme creyente de la transformación digital

Le avalan 23 años de trayectoria en el sector. Ingeniero químico, cuando finalizó su carrera en 1992, recaló en Accenture durante nueve años y su experiencia en el ámbito de la consultoría le sirvió para dar el salto a su siguiente destino: el Grupo Damm.

Allí llegó en 2002 para responsabilizarse del Departamento de Organización, que la firma estaba creando en aquel entonces para cambiar las maneras de trabajar. En aquella fecha, por cierto, Damm estaba implantando SAP, cuyo arranque se produjo en 2003.

Siete años después en Damm asume un nuevo reto, tras la unión de cinco departamentos: Organización, Sistemas, Gestión de la Calidad, Desarrollo de Nuevas Tecnologías (Innovación) y Sistemas de Distribuidores. En ese momento, asume la dirección de la nueva área y se convierte en el nuevo Director de Organización y Sistemas de la compañía, hasta hoy.

Desde esta posición, lidera su departamento con un objetivo claro: ser un facilitador de la estrategia digital de la compañía (Damm 3.0), pero también 'escudriñar' el mercado para proponer a la empresa nuevas formas de mejorar o crear oportunidades de negocio.

Al ser una necesidad común a todas las áreas, en este grupo también se encuentra el área de Business Intelligence.

Como comenta, no es muy habitual que la informática industrial sea responsabilidad de TI, ¿hay más elementos que no sean típicos en un área de tecnología?

Desde el área de Organización también nos ocupamos de los sistemas de gestión de calidad, auditorías, LOPD, etc., y recientemente hemos incorporado al equipo la figura del Digital IT Manager, que es una ayuda en la gestión de Damm 3.0 y que ha hecho que se produzca un salto cualitativo en la relación con el departamento de Marketing.

Generalmente, en el sector, los departamentos de Sistemas y Marketing no suelen tener una colaboración muy estrecha, y con esta posición hemos conseguido un nexo de unión que nos permite trabajar de forma muy coordinada. La experiencia para las dos áreas está siendo muy positiva y estoy muy contento por ello.

¿Qué espera la alta dirección de Damm del Departamento de TI desde el punto de vista de transformación e innovación?

Sin duda, que no seamos un freno, que acompañemos al negocio, que nos adaptemos a las necesidades que tiene la empresa, que seamos creativos e innovadores en temas como Damm 3.0, que aportemos ideas y que seamos capaces de

responder con tecnología a las ideas de innovación que vienen de negocio.

Utilizan SAP desde 2003, ¿cuál es el escenario que tienen ahora?

Somos usuarios intensivos. Aunque tenemos soluciones no SAP en alguna de las empresas del grupo, casi todo lo tenemos en SAP y en los últimos años hemos adoptado buena parte de sus innovaciones. Aparte del ERP y soluciones como SuccessFactors o SRM, tenemos su plataforma de movilidad y también bastantes procesos en SAP Fiori.

Grupo Damm es también de las pocas compañías que tiene el CRM sobre SAP HANA y fue la primera a nivel mundial que integró SAP CRM con Windows 8, una iniciativa que la compañía reconoció con SAP Quality Award en 2014.

También ganamos otro en 2011 tras llevar a cabo un proyecto de integración en nuestros almacenes de SAP Warehouse Management con la informática industrial, que es una de las mayores instalaciones de este tipo en Europa.

¿Cuáles son los principales proyectos tecnológicos que acometerán en 2016?

Por un lado, estamos llevando a cabo una transformación profunda del ámbito comercial, dando continuidad a un proyecto de movilización de la fuerza de ventas. El objetivo es que los comerciales tengan una visión 360° del cliente detallista.



Por otro lado, estamos desarrollando un piloto con Google, integrado sus Google Glass con SAP para optimizar los procesos en el almacén, y también estamos abordando un proyecto de transformación del área industrial implementando un sistema MES.

Otras iniciativas son la implantación de la firma electrónica en toda la empresa y la transformación del puesto de trabajo. Éste es un tema que considero muy importante porque, en mi opinión, el concepto *workplace* está desapareciendo, se está quedando anticuado y realmente vamos hacia un concepto de *connected user*.

Hoy el usuario tiene que poder conectarse y trabajar con los sistemas de la compañía desde cualquier sitio, en cualquier entorno y desde cualquier dispositivo. Las empresas no se podrán digitalizar sin empleados digitales que trabajen desde un entorno digital.

¿Percibe que el rol del CIO ha cambiado?

Soy un Director de Sistemas atípico porque siempre he estado muy ligado al ámbito de Organización y, por tanto, estoy acostumbrado a adaptarme a los cambios.

Hoy el usuario tiene
que poder conectarse
y trabajar con los
sistemas de la compañía
desde cualquier sitio,
en cualquier entorno
y desde cualquier
dispositivo.

Creo que el más importante que se ha producido es que los Departamentos de TI hoy tienen un claro enfoque en la innovación y en ofrecer soluciones al negocio. En mi opinión, antes las unidades de negocio iban por delante de la tecnología, es decir, había una necesidad y TI tenía que encontrar la forma de cubrirla.

Ahora, además de esto, tenemos que conocer las nuevas tecnologías y analizar qué aplicación puede tener para la empresa, no sólo para mejorar, sino para generar negocio.

¿Qué le aporta a Grupo Damm su pertenencia a AUSAPE?

Nos asociamos hace cinco o seis años. Cuando asumí la responsabilidad de Organización y Sistemas, pensaba que el departamento no podía ser endógeno y que tenía que estar abierto a la sociedad, 'salir a ver mundo' para conocer las tendencias tecnológicas y saber qué nuevas tecnologías podíamos traer a Damm para mejorar nuestros procesos.

Las asociaciones nos permiten tener esa visión. El entorno SAP es muy grande y AUSAPE es un foro donde consigues conocer qué está pasando en el mundo SAP para poder aplicar la tecnología en nuestra 'casa', si consideramos que nos puede aportar beneficios.



De todas, sólo una le dejará ver
lo mejor para su empresa

ConVista

Expertos en SAP para Finanzas y Tesorería
Líderes en soluciones para empresas aseguradoras

En **ConVista** estamos convencidos de nuestra cultura y nuestra marca. Creemos que la especialización es el único camino que permite diferenciarnos del resto, aportando verdadero valor a nuestros clientes y sentido a nuestro trabajo, logrando así la plena optimización de los procesos de negocio.

La marca es algo más que un logotipo, habla de la historia de la compañía, la pasión por su trabajo, la credibilidad y la singularidad de la misma.

Queremos formar parte de la transformación de su empresa y aportarle toda nuestra experiencia para alcanzar sus retos profesionales.



SAP® Recognized Expertise
in Landscape Transformation

SAP® Recognized Expertise
in Financial Management

CONVISTA CONSULTING

BARCELONA MADRID
Av. Diagonal, 67 Pza. Castilla, 3

Tel. +34 93 445 90 50 / info@convista.es

José Aguilaniedo, Director General de UST Global

“Buscamos un tamaño que nos permite ser ágiles en la respuesta a nuestros clientes”

Traemos a esta edición de la Revista AUSAPE a José Aguilaniedo, el directivo que está liderando la implantación y crecimiento de UST Global en España desde su desembarco hace menos tres años. Durante una amena conversación con él nos ha explicado la estrategia de la compañía, los puntos diferenciales de su puesta en el mercado y la evolución que ha experimentado la compañía en nuestro país.

Preséntenos UST Global y la base de su estrategia en el mercado.

UST es una empresa joven. Hace 16 años un grupo de 14 personas (todas ellas ex ingenieros de IBM), decidieron emprender esta aventura y crear esta compañía que se llama hoy UST Global y, desde ese grupo reducido de profesionales ha crecido hasta los 16.000 empleados que somos hoy.

Somos una empresa pequeña en número de empleados y tenemos una presencia global, que viene marcada por nuestros clientes, y tanto el tamaño como nuestra internacionalización son parte de nuestra estrategia. Buscamos un tamaño que nos permite ser ágiles en la respuesta a nuestros clientes. Ellos tienen centros de negocio en todo mundo y les tenemos que dar servicio las 24 horas independientemente del huso horario, ya sea desde Estados Unidos y Latinoamérica, Europa o India y Singapur.

Nuestra cartera de clientes no son más de 100 o 120 en todo el mundo y no va ser mayor. Este modelo de negocio es el que queremos por una sencilla razón: a menos clientes, más capacidad de atenderles.

¿Y cómo se inició esta aventura en España?

Empezó hace menos de tres años. UST Global estaba en aquel momento en Dinamarca, Alemania e Inglaterra, pero no en el sur de Europa. Cuando nuestro CEO, Sajan Pillai, preguntó dónde debía invertir la compañía en Europa, un miembro del Consejo Asesor respondió sin dudarle que en España, país con el que él mantiene una gran relación y es gran conocedor de sus grandes organizaciones y sus principales ejecutivos.

Esta persona es el ex Presidente de México, D. Vicente Fox, que hoy preside este *Advisory Board*, que está compuesto por unas 25 miembros. Todos, antes de formar parte de él, han sido clientes nuestros y hoy son una gran referencia de lo que somos capaces de hacer.

¿Cuáles han sido los primeros pasos?

Para crecer en masa crítica, llegamos en septiembre de 2014 a un acuerdo de adquisición de TCP Sistemas e Ingeniería, que cumplía dos condiciones: tenía el mismo modelo de negocio que nosotros porque también mantenía pocos clientes pero del Ibex 35, y una calidad de los servicios probada, ratificada por sus clientes.

Ya estamos fusionados desde el punto de vista de operaciones y comercial, y a finales de año esperamos completar el proceso de integración con las áreas de contabilidad, fiscal y jurídico.

Actualmente somos 600 personas.

¿Tener presencia en España les ha permitido expandirse a otros países?

TCP opera en Brasil desde hace ya 10 años. Hoy contamos allí con una plantilla de 50 empleados y tenemos la previsión de crecer a casi 70. Esto ha permitido acompañar a nuestros clientes españoles de Telco y Banca en ese país.

También estamos gestionando desde España la apertura en Perú siguiendo también la misma estrategia de ir con nuestros clientes, y vamos a empezar a operar en Colombia y en Chile.

Por tanto, cada vez crecen más y tienen más empleados...

Nuestra presencia en estos países no será grande por volumen, ya que no somos una empresa de grandes *deals* de *outsourcing* al estilo los que hacían EDS, HP o de operaciones como la recientemente llevada a cabo por HCL, que ha comprado el departamento de informática de Volvo.

Siempre con el cliente, ¿cómo se ganan su confianza?

En lo que UST es novedosa en la oferta de servicios. Nuestra forma de crear esa confianza es a través de algo que es muy rápido en el tiempo: las de pruebas de concepto. En menos de 11 semanas ponemos encima de la mesa una prueba de concepto que soluciona el problema de una empresa en torno al 80%. No es

perfecto, pero en un 80% se lo resolvemos, y el reto puede ser desde mejorar la relación con sus clientes, de ciberseguridad, etc.

En todas estas áreas trabajamos con partners que tienen soluciones muy innovadoras que entroncan perfectamente con la informática tradicional, lo que nos abre la puerta al negocio tradicional de mantenimiento de aplicaciones.

¿Qué áreas están priorizando en 2016?

Indudablemente aquellas áreas que tienen que ver con la transformación digital, como soluciones Cloud, proyectos de metodología agile, Customer Experience, Internet de las Cosas, etc. Es algo que todo el mundo está buscando, no porque quiera, sino porque los clientes finales le están obligando.

¿Y qué valor le ven en este contexto al negocio SAP?

SAP es un sistema más que contrastado en el mercado, y la compañía ha sabido ver que hoy el cliente quiere pagar por lo que usa y que no le obliguen a renovar licencias más allá de las que en realidad utiliza y que esa solución SAP que implanta no le requiera determinado hardware.

Para nosotros es un facilitador de nuestras soluciones digitales, un proveedor con presencia global como la que tienen nuestros clientes, con una calidad indiscutible como la que tenemos que ofrecerles. Por tanto, la ligazón con esta solución es determinante.

¿Qué peso tiene actualmente en su negocio en España?

Empezamos hace año y medio con cero: cero reconocimiento, cero clientes y cero ingresos. Hoy tenemos un equipo de casi 25 personas, tres clientes del sector Telco y Utilities, y nuestro objetivo es llegar a un entorno de facturación del 5 por ciento de nuestra facturación.



UST Global, una empresa con corazón

UST es una compañía muy comprometida con la realidad que le rodea, como lo demuestra su intensa actividad de responsabilidad social en los países en los que está presente. Por ejemplo, en la India forma anualmente a 9.000 mujeres analfabetas al año y, tras una formación básica, se les da la posibilidad de ser formadas en programación para que consigan su primera oportunidad laboral.

En México tiene en marcha un programa para varones en riesgo de exclusión social, y a través de la iniciativa

Step IT Up America forma a gente para que pueda posteriormente trabajar, o en casa de sus clientes o en la propia compañía.

En España pronto verá la luz una iniciativa con la que UST quiere contribuir a "transformar vidas". Se trata de un proyecto que combina una app gratuita (que funciona en cualquier móvil) y redes sociales, pensada para que las mujeres maltratadas no se sientan solas y sepan que hay personas que se preocupan por ellas.

"Es la primera vez que asistiré al Fórum AUSAPE y me han dicho que no falta nadie, que están todos los que tienen que estar a la hora de tomar decisiones, que es un evento que promueve el networking y en el que se comparte la experiencia real de quienes están trabajando con la tecnología SAP."



¿Cuánto facturan en el país?

En España y Brasil facturamos en torno a 28-29 millones de euros el año pasado, y queremos experimentar un crecimiento dos dígitos, de alrededor del 30%.

El incremento procederá de tres vectores: SAP, las soluciones innovadoras que somos capaces de ofrecer a nuestros clientes tradicionales y el negocio internacional con clientes europeos.

Explíquenos este último punto...

Haciendo una pequeña inversión, pero importante para nosotros, hemos podido demostrar a algunos clientes europeos de Dinamarca, Inglaterra y Alemania de que adopten un modelo basado en tener a profesionales de UST, tan expertos como los suyos, trabajando con ellos. De esta forma, nuestros jefes de proyecto están en sus sedes, a su lado, y son capaces de trasladar de forma ágil las órdenes a sus fábricas españolas consiguiendo aumentos de calidad.

Ese negocio internacional en 2015 apenas llegó a 500.000 euros y este año va a generar 6 millones.

Cuéntenos algún proyecto interesante y reciente que hayan llevado a cabo.

Hemos implantado una plataforma de banca móvil para una entidad financiera en la India en 14 semanas, mediante una prueba de concepto que funciona al 80% para 25 millones de potenciales clientes que tienen, pero esa cifra es sólo el 10 por ciento del total

de clientes al que quieren llegar. Ahora el objetivo es lograr una cobertura del 100 por cien.

Este país está en 3G, y la plataforma tiene que funcionar sistemas antiguos, nuevos y convenios de comunicación nada punteros.

Aquí en España empezamos a trabajar con BBVA hace casi dos años para ayudarles en su transformación digital. No es un proyecto que tenga que ver mucho con la informática, pero en el fondo sí. Tenemos un equipo de 25-30 coaches, que trabajan para facilitar el entendimiento entre las distintas unidades de negocio y TI para ganar agilidad en los proyectos.

¿Por qué se han asociado a AUSAPE?

Cuando entramos en el negocio SAP, lógicamente contratamos a personal experto en SAP, y lo primero que nos recomendaron es que nos incorporásemos a AUSAPE. Así lo hicimos.

¿Qué esperan del Fórum?

Es la primera vez que asistiré y me han dicho que no falta nadie, que están todos los que tienen que estar a la hora de tomar decisiones, que es un evento que promueve el networking y en el que se comparte la experiencia real de quienes están trabajando con la tecnología SAP.

Nosotros, por nuestra parte, estaremos en Zaragoza para hablar de nuestras soluciones, que no son específicas de SAP pero que ayudan a hacer progresar SAP.

SAP QIM

quality issue management

Gestión de incidencias empresariales

Gestión integrada de todas las incidencias de producto, proceso, servicio, cliente, ... de la organización



VALORES DIFERENCIALES:



SATISFACCIÓN DEL CLIENTE



CONFORMIDAD



VENTAJA COMPETITIVA

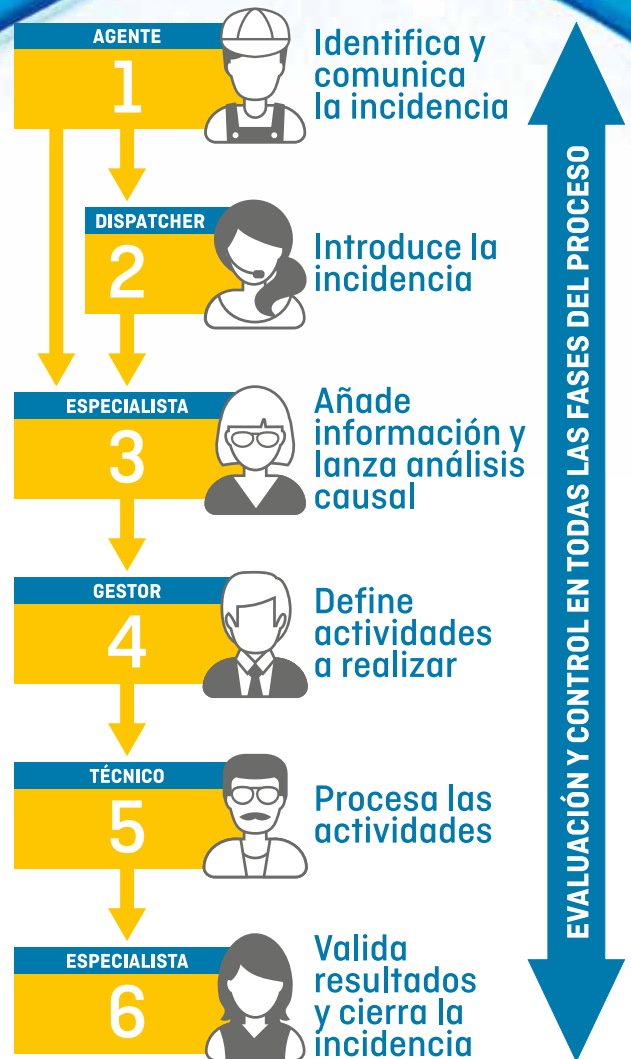


MEJORA CONTINUA



REDUCCIÓN DE COSTES

- CREAR Y GESTIONAR INCIDENCIAS.
- CONTROLAR INCIDENCIAS DE MÚLTIPLES FUENTES.
- INTEGRAR SISTEMAS SAP Y NO SAP.
- GESTIONAR TODAS LAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL PROCESO.



SAP S/4 HANA

SAP® Certified
Partner Center of Expertise

SAP® Recognized Expertise
in Sustainability

SAP® Recognized Expertise
in Public Sector

SAP® Recognized Expertise
in High Tech

i3s

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

Ramón Prat, Director Comercial de Seidor Consulting

“En Seidor pensamos que la transformación digital no es un tema de calado, sino de necesidad”

El directivo de Seidor está convencido de que “éste puede ser el año de la innovación para nuestros clientes y nuestro objetivo es acompañarlos en su proceso de transformación digital”. Seidor Consulting logró un crecimiento del 40% en 2015 y su responsable nos explica cómo se ha conseguido este crecimiento, las perspectivas de la unidad de negocio para 2016 y cuál será su estrategia para conseguirlo.

Valore la evolución de Seidor Consulting durante 2015 y brevemente díganos cómo está siendo 2016

En 2015 nos marcamos un objetivo muy ambicioso y el resultado final ha cumplido con creces las expectativas, ya que hemos crecido un 40% respecto a 2014.

El indicador más importante, y que es clave para analizar cómo ha ido el año 2015, es la generación de negocio en lo que llamamos “New Names” y “Net New Names”. En este sentido, Seidor ha crecido un 100% con respecto a 2014.

Todos estos hitos no habrían sido posibles sin la confianza de nuestros clientes, y el esfuerzo y alto conocimiento de nuestro equipo de consultoría.

Por último, el cierre del primer trimestre de 2016 está siendo favorable en relación a los objetivos marcados y creemos que, con los nuevos productos de SAP, éste puede ser el año de la innovación para nuestros clientes y nuestro objetivo es acompañarlos en su proceso de transformación digital.

Desde su posición, ¿ha observado signos de recuperación económica y ganas de innovar dentro de las empresas?

Creo que en 2015 ya quedó claro que en España el sector de las TIC estaba en un momento favorable en cuanto a recuperación económica. Una de las

principales razones es, precisamente, el interés de las empresas en situarse de nuevo a la vanguardia de la tecnología, después de años de poca inversión.

¿Cuál es el valor diferencial de su propuesta?

El valor diferencial de Seidor reside en la combinación de su experiencia con la cercanía con el cliente. Tras más de 30 años siendo un referente en el mercado y con un equipo de más de 3.000 profesionales expertos, podemos ofrecer a nuestros clientes una cobertura funcional muy amplia. Sin duda, es el equipo humano el que marca la diferencia, con su excelente dominio de las soluciones y con un gran espíritu de atención al cliente, que permite que éste vea a Seidor como lo que es: un socio cercano que entiende sus retos de negocio y se implica para aportar el valor que le permita crecer.

¿Qué sectores están siendo los más activos en sus inversiones tecnológicas?

En general, todos los sectores invierten en tecnología. Por lo tanto, no se trataría tanto del sector, como del tamaño y la inquietud de cada empresa en ser líder en innovación tecnológica. Más que un sector concreto, nos fijamos sobre todo en determinadas áreas o departamentos que, incluso

“En 2015 nos marcamos un objetivo muy ambicioso y el resultado final ha cumplido con creces las expectativas, ya que hemos crecido un 40% respecto a 2014”



dentro de una misma compañía, pueden tener una desigual acogida de las Tecnologías de la Información.

Por ejemplo, en el área comercial, las empresas están comenzando a invertir en tecnologías como SAP Hybris o SAP Cloud for Customer, que permiten dar un mejor servicio o incrementar las ventas a sus clientes.

Otro ejemplo relevante vendría de la mano del área de Analytics, puesto que muchas empresas están apostando por soluciones de este ámbito para poder tomar mejores decisiones a partir del análisis de sus datos.

¿Ha calado el mensaje de que es necesaria la transformación digital para competir en el mercado?

En Seidor pensamos que no es un tema de calado, sino de necesidad. Hoy en día estamos inmersos en la digitalización de nuestra vida diaria, tanto a nivel de utilización de diferentes dispositivos, como a través del elevado grado de conectividad con el que vivimos. Por ejemplo, todos hemos visto un partido de fútbol a través de una tablet, hemos consumido productos de Amazon o eBay, o hemos consultado la calidad de un restaurante en nuestro móvil.

En Seidor digital tenemos grandes expertos, tanto en la definición de la estrategia digital como en la implantación de soluciones. Todas las empresas que consideren estratégico afrontar el reto de la digi-

DESTACAMOS...

¿Cuál es la estrategia de la división en 2016?

La estrategia de crecimiento de la división de Seidor Consulting para el año 2016 se basa en cinco objetivos.

El **primero** es ampliar la cobertura de nuevos servicios. Por un lado, a través de nuestra nueva área, Seidor digital, que aportará valor a los clientes definiendo su roadmap de transformación digital e implantando las soluciones tecnológicas que ayudarán a ejecutar dicha transformación. Por otro lado, con la ampliación de cobertura en grandes cuentas, a través de nuestra apuesta por reforzar el equipo comercial con cuatro nuevas incorporaciones. Creo que Seidor tiene capacidad y conocimiento suficientes para ofrecer servicios a las grandes cuentas.

El **segundo objetivo** consiste en promover la adopción de las nuevas versiones de SAP entre nuestros clientes. Éstas se basan en la nueva plataforma de gestión SAP S/4HANA. Desde mi punto de vista, SAP ha acertado de pleno con su estrategia de producto, ya que con las nuevas versiones podemos tener un alto rendimiento del sistema y una gran mejora en el apartado de la usabilidad, mediante SAP Fiori, pudiendo acceder desde cualquier dispositivo a cualquier transacción en tiempo real, de una manera mucho más centrada en usuario.

El **tercer objetivo** es el crecimiento en el área Cloud. SAP ha lanzado una serie de soluciones Cloud muy potentes para las áreas de Recursos Humanos, Compras y Ventas. Seidor es un referente en proyectos SAP SuccessFactors a nivel mundial, con más de 140 clientes (de los cuales, más de 15

son empresas españolas) y un equipo de consultores altamente cualificado. Además, ya está disponible el nuevo ERP de SAP en formato Cloud: SAP Business ByDesign. Se trata de una sola plataforma que incluye ERP, CRM y Business Intelligence; todo ello en el data center de SAP y a través de la plataforma SAP HANA. Estoy convencido de que muchos de los nuevos clientes en el segmento medio del mercado adoptarán esta solución, ya que los tiempos de implantación, los costes y la usabilidad del sistema se adaptan más a las necesidades de la Pyme española.

El **cuarto** es crecer con los nuevos productos y adquisiciones que ha realizado SAP, como SAP Hybris, Fiori y SAPUI5. En este apartado, me gustaría hacer mención especial a los dos primeros: por una parte, SAP Hybris, ya que tenemos un nuevo equipo de profesionales con gran experiencia en implantaciones y estoy convencido de que muchos de nuestros clientes van a tener la oportunidad de aumentar sus ventas con un enfoque omnicanal gracias a esta solución. Por otra parte, SAP Fiori, ya que realmente es una solución que marcará un antes y un después en la usabilidad de las aplicaciones SAP.

Por último, y no por ello menos importante, nuestro **objetivo final** es ser capaces de transmitir estos mensajes a nuestros clientes a través de nuestras acciones de marketing. Creemos que es importante que estén informados del potencial de las nuevas versiones y productos SAP.

talización, pueden contar con el apoyo de un socio de confianza como Seidor digital para acompañarles en los dos ámbitos: estrategia e implantación.

Desde el punto de vista de Seidor, ¿cuáles son las tecnologías que más están ayudando a la adaptación de las empresas a la economía digital?

Si entendemos la transformación digital como una estrategia para que una empresa sea más competitiva, la tecnología debe estar al servicio del negocio. Nuestra forma de entender la transformación digital parte de la tecnología como factor estratégico que ayuda a trabajar de forma más eficiente, a ser más productivos, a tomar mejores decisiones y a satisfacer mejor las necesidades de los clientes. Las tecnologías que identificamos que pueden contribuir mejor a estos objetivos son todas aquellas que ayudan a mejorar el conocimiento y la experiencia de cliente (SAP Hybris), las que ayudan a una toma de decisiones óptima (Analytics e IoT), las que permiten una mejor gestión del talento (SAP SuccessFactors), y las que aportan flexibilidad y eficiencia (soluciones Cloud).

De todas ellas, me gustaría destacar a SAP Hybris, que cubre de forma integrada las áreas de PCM (solución de catálogo), Commerce para B2B y B2C, WCMS (gestor de contenidos web), Mobile (generación de aplicaciones nativas), Print y Call Center. Según Forrester, SAP Hybris está en el cuadrante de líderes en todas estas áreas, a diferencia de otros fabricantes que sólo lo son en algunas de ellas. Pero además, gracias a las utilidades de Hybris Marketing, se consigue una mayor y mejor relación con los clientes, al realizar de forma personalizada todas las comunicaciones (segmentación, campañas, promociones) y recabar un completo conocimiento del cliente y de sus interacciones con la compañía.

Háblenos de algunos proyectos innovadores que haya llevado a cabo desde Seidor Consulting recientemente.



"Nuestra forma de entender la transformación digital parte de la tecnología como factor estratégico que ayuda a trabajar de forma más eficiente, a ser más productivos, a tomar mejores decisiones y a satisfacer mejor las necesidades de los clientes"

Nosotros entendemos que los proyectos innovadores son aquellos que cubren áreas digitales de nuestros clientes en las que anteriormente no contaban con soluciones. Por ejemplo, en estos momentos, en nuestra área de Seidor Labs, nos hallamos inmersos en tres proyectos de este tipo, centrados en tecnologías innovadoras, como Internet of Things, la realidad virtual y la realidad aumentada, entre otras. Consisten en la combinación de soluciones de Internet of Things y Analytics en un entorno Cloud, para aportar ventajas competitivas a estas empresas, tanto en la mejora de sus productos y servicio técnico, como en la relación con sus clientes.

Otro proyecto innovador lo encontramos en un cliente del sector de fabricación de repuestos, donde hemos implantado una solución que combina IoT, Cloud y Analytics. La solución se basa en la instalación de unos sensores en las estanterías del almacén de sus clientes, que permiten el reaprovisionamiento automático, a través de la deducción del peso de la ubicación, consiguiendo un ahorro del 50% de costes operativos.

También es reseñable la iniciativa llevada a cabo para un cliente del sector retail en la que diferentes fuentes de información (como, por ejemplo, el ERP, la web corporativa, el catálogo o la app móvil) han sido centralizadas en SAP Hybris, para ofrecer las soluciones enfocadas al cliente desde una única plataforma omnicanal, innovadora y extremadamente potente.

Finalmente, ¿qué ventajas le aporta a su compañía su pertenencia a AUSAPE?

Con AUSAPE, tanto los clientes como Seidor tenemos más fuerza para comunicar a SAP las necesidades y experiencias de los miembros de la Asociación, en todas las áreas técnicas y funcionales relativas a los productos y servicios de la misma. En general, pertenecer a AUSAPE es tener un punto de unión adicional entre los clientes y SAP, su proveedor. Además, es una plataforma para mantener informados a los clientes de SAP a través de sus webinars, Grupos de Trabajo, etc.

integra

inspire.
improve.
innovate.

Innovamos cada día para que tu Departamento de Recursos Humanos **sienta la ventaja.**

Madrid
Calle Musgo, 5
La Florida 28023 Madrid
T. (+34) 91 708 01 20
F. (+34) 91 708 01 21

Bruselas
Sq. de Meeus, 37. 4th Floor
B-1000 Brussels
T. (+32) 2 502 70 10
F. (+32) 2 791 95 74

México D.F.
Gustavo E. Campa 45-3
Col. Guadalupe Inn, México, D.F. 01020
T. +52 (55) 9155-1512
M. +52 1(55) 4890-9130



SAP SuccessFactors 



Víctor Artola
Experto en soluciones GRC de SAP



Gestione los cambios regulatorios con confianza y conozca su situación ante los riesgos de ciberseguridad

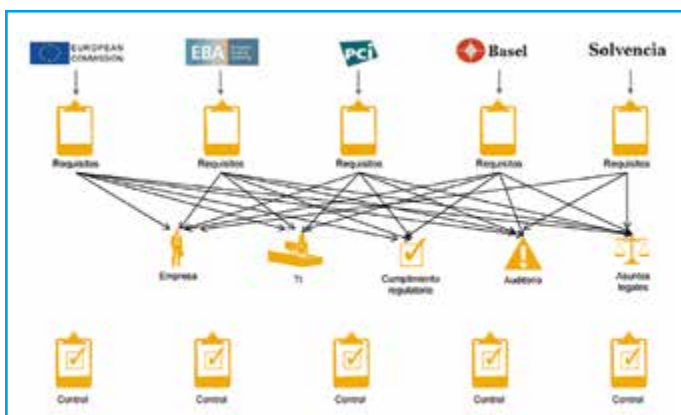
En el entorno global actual, las regulaciones forman parte del negocio y su gestión entraña complejidad para las organizaciones debido a las numerosas regulaciones internacionales, nacionales y locales. La inadecuada gestión de las mismas y un enfoque reactivo implica un alto riesgo de recibir multas millonarias y altos costes operacionales en la gestión interna de las mismas.

Las compañías en sectores altamente regulados tienen que hacer frente a requerimientos regulatorios, de mercado y sectoriales que, además, cambian constantemente y lo que es más importante, impactan directamente en los distintos procesos de negocio, desde IT o legal, a finanzas, compliance, etc.

a aportar la identificación de deficiencias con respecto a las mejores prácticas y la involucración del negocio y de la dirección de la compañía en la toma de decisiones ante los crecientes riesgos de seguridad.

EVALÚA Y RESPONDE A LOS REQUERIMIENTOS REGULATORIOS CON CONFIANZA

La solución de gestión de regulaciones permite priorizar el impacto en el negocio de los cambios regulatorios, actuando como una única fuente de generación de alertas para responder a nuevos requerimientos. La colaboración es posible gracias a los distintos



La solución a este reto es SAP Regulation Management que, de manera centralizada, permite capturar, evaluar y responder rápidamente a los cambios regulatorios. Este enfoque va a permitir acelerar el cumplimiento de nuevos requerimientos y reducir duplicidades, a la vez que un cumplimiento continuo de los mandatos regulatorios. Por otro lado, la nueva versión de ciberseguridad va

workflows que permiten definir responsabilidades dentro de la organización y una toma de decisiones eficiente y por las personas adecuadas. Un valor añadido de la solución es la capacidad de generar grupos de interés, compartir mejores prácticas e interactuar con el regulador para reportar el cumplimiento normativo y negociar en casos de reglamentos contradictorios.

ACELERA EL CUMPLIMIENTO REGULATORIO ADAPTÁNDOSE A LOS NUEVOS MANDATOS Y CAMBIOS

Gestionar eficientemente los cambios regulatorios es uno de los mayores retos actuales y la solución permite la identificación de los gaps de cumplimiento regulatorio mediante la integración de las regulaciones con las actividades de control interno y operacional de la organización. Este enfoque permite a las compañías emplear los controles existentes y eliminar los duplicados por área, automatizar las actividades de control, gestionar los puntos débiles y, finalmente, lograr un proceso de compliance que aporte valor a la organización a través de distintos informes analíticos.

Este enfoque se logra con la integración de SAP Regulation Management con las soluciones de control interno, SAP GRC Process Control y SAP GRC Access Control, que permite generar valor mediante la reducción de costes operacionales, de auditoría y de reporting al regulador, además de incrementar la eficiencia y disminuir el riesgo en los distintos procesos de la organización.

AMPLÍA LA COBERTURA CON LA EDICIÓN DE CIBERSEGURIDAD, UNA DE LAS PRINCIPALES PREOCUPACIONES DE LOS EJECUTIVOS

Debido a la digitalización en la que están inmersas las compañías en la actualidad, uno de los principales retos de los ejecutivos es dar respuesta a los crecientes riesgos de ciberseguridad y la privacidad de la información de los clientes, así como proteger la propiedad intelectual. Esto se debe principalmente al impacto que puede tener en el negocio y en la reputación de la organización. Asimismo, estos ejecutivos suelen tener un perfil poco técnico, por lo que resulta complejo explicar la estrategia y las prácticas para la

prevención de riesgos de ciberseguridad en un lenguaje adecuado para la dirección de la compañía y accionistas.



La versión para la gestión de la ciberseguridad de SAP Regulation Management permite analizar el estado de las prácticas de ciberseguridad y compararla con las mejores prácticas de la industria, con el objetivo de identificar si los ataques son resultado de medidas anticuadas e ineficientes políticas de ciberseguridad. La solución proporciona una plataforma analítica que permite monitorizar y analizar el programa de seguridad de la organización y comunicar la visión y objetivos a la dirección, y permite:

- Centralizar los estándares de ciberseguridad y alinearlos con las políticas internas.
- Identificar y remediar los gaps en los controles de ciberseguridad.
- Relacionar los gaps de ciberseguridad con las distintas áreas del negocio.
- Integrar la ciberseguridad con los sistemas técnicos y operacionales existentes.





Javier Moreno de Arcos
Responsable del departamento Hybris en altim



El viaje del cliente

DESCUBRA CÓMO LA TECNOLOGÍA SAP DIBUJA EL ITINERARIO 360° DEL CLIENTE, EN SUS INTERACCIONES CON LA MARCA

¿Qué es y dónde empieza el viaje del cliente?, ¿hablamos de las mismas fases del ciclo de compra-venta en un contexto B2B y B2C?, ¿son todos los sectores del mercado susceptibles de afrontar un proyecto de transformación digital? Las compañías manejan cuestiones estratégicas como éstas, entre otras, en un momento socioeconómico donde el tejido empresarial está inmerso en un proceso de cambio constante, protagonizado por los imprevistos de la demanda.

El itinerario del cliente está totalmente influenciado por el uso de la información en Internet – lectura de comentarios, foros, opiniones, comparación de precios... –. Realmente son numerosos los ejemplos existentes, porque son variopintos los cambios inmediatos en los deseos y motivaciones de compra de los clientes tanto distribuidores, B2B, como clientes finales, B2C. Esto sucede porque vivimos en una sociedad conectada y de libre información, donde podemos disponer de cualquier dato que deseemos en la palma de nuestra mano, con nuestro smartphone o tableta.

Sin embargo, por parte de la empresa, el común denominador es la necesidad de gestionar las ventas desde un interés inicial, captando la atención hacia la marca y facilitando la conversión final, desde un ámbito omnicanal –estar presente en todos aquellos canales dónde nuestro consumidor nos pueda buscar–, con acciones de marketing, comercio electrónico, servicio postventa, etc.

Así, centrándonos en el ecosistema *Customer Engagement & Commerce* de SAP, las herramientas nos permiten realizar acciones de manera cíclica y en visión 360° con el objetivo de “vender más y mejor”. Para conseguir este óptimo desempeño están integradas de manera que traspasan las tareas de una herramienta a otra. Hablamos de Hybris Marketing y E-commerce, SAP Cloud for Customer Ventas y Servicios, y la capacidad predictiva del área de Analytics de SAP.

PASO A PASO

Nuestro objetivo es centralizar, en tiempo real, la información referente al cliente, recopilando todas las interacciones realizadas por el lado de la marca –*inbound*– y por su propio comportamiento como usuario –*outbound*–. Hablamos de la búsqueda de palabras clave, navegación por la tienda, mención en una red social, tickets de reclamación, solicitudes por email, llamadas, promociones emitidas, etc.

Con todo ello, definimos un perfil completo y único por cliente que, gracias a las capacidades de análisis predictivo, nos permite extraer un patrón fiable para ofertar los productos más afines y deseados, incluso antes de que lo llegue a desear. Es decir, creamos la necesidad de algo que le podría gustar y que, al final, le gusta tanto que lo compra, lo recomienda y le convierte en seguidor fiel de la marca.

Ahora, como tenemos una posición comunicadora basada en el conocimiento y lanzamos campañas muy focalizadas en el segmento objetivo, conseguimos una mayor conversión de las oportunidades y un incremento de las ventas en gran medida, que es lo que estábamos buscando en una primera instancia. Sin olvidar que nuestras herramientas de conversión y fidelización potencian en gran medida estas acciones.

Si además de campañas online, y debido a nuestra



política corporativa, preferimos lanzar paralelamente una ronda de visitas *face-to-face*, podemos generar una campaña de captación del interés en movilidad, es decir, dotamos a los comerciales de tabletas con un CRM en cloud, que podrán utilizar en cualquier momento y lugar, accediendo a todo el proceso comercial en la "casa" de cada uno de sus prospect.

Llegados a este punto, nos centramos en el viaje de una visita donde el comercial, tras una reunión agendada, dispone en tiempo real de los datos de la empresa para ofertarle en directo, negociar un descuento por ser cliente habitual y, al final, cerrar la operación enviando el pedido directamente al sistema de gestión empresarial para proceder a su entrega a la mayor brevedad posible.

Además de estar preparados para la venta, lo estamos ante cualquier incidencia en la logística o posible insatisfacción con el producto o servicio adquirido. Somos capaces de recibir y tratar las incidencias desde un canal inmediato como el telefónico, email, redes sociales o correo. No hay duda de que cuando utilizamos los medios adecuados para comunicarnos con el consumidor/distribuidor, proporcionamos una mejor respuesta a sus necesidades y generamos una mayor confianza, mejorando también la fidelización hacia la marca y la reputación de ésta ante posibles recomendaciones.



El final de nuestro viaje de ejemplo, consiste en un análisis de los datos generados para nutrir el proceso global con un conocimiento contextual y predictivo, como ya hemos comentado anteriormente en estas líneas.

Así, y ya para terminar, usamos información de la compra-venta (perfil del consumidor, interacciones, promociones, campañas, ventas,...), de la labor comercial (leads, oportunidades, visitas, ofertas,...), de los sistemas propios de gestión (almacén, logística, finanzas,...) y de otras fuentes externas como la estacionalidad, KPIs del mercado,... para elaborar un cóctel, a priori, complicado de digerir pero que, con SAP Analytics, podemos

ordenar y homogeneizar creando un modelo estructurado.

El control del conocimiento será, entonces, la fortaleza competitiva con la que retroalimentaremos nuestra estrategia de generación de demanda para perfeccionar las capacidades de las futuras acciones comerciales, generando una omnipresencia de la marca en todos los canales, optimizando los contactos efectivos con el target y permitiéndonos rivalizar con éxito en los mercados sectoriales de alto nivel y dinamismo.

Dar un paso en positivo hacia la innovación, abarcando cualquier viaje del cliente y dibujando una estrategia de transformación digital, redundará en una realidad predecible donde el éxito y el liderazgo se convierten en una realidad palpable para las compañías.





Víctor García
Consultor en ConVista Consulting



SAP Bank Communication Management: Visibilidad total sobre la gestión de pagos y cobros en una compañía

Está comprobado que en la actualidad existe un reto en la mayoría de las compañías a la hora de optimizar la visibilidad sobre la gestión de pagos y cobros. Debido a distintas naturalezas, esta problemática se hace patente en la operativa diaria, llegando a producir ineficiencias y riesgos en muchos de los procesos integrados en el ciclo tesorero.



Actualmente nos encontramos en constante cambio de las economías y mercados, lo que desencadena una necesidad de adaptación de nuestras empresas y, como consecuencia, una expansión internacional de las mismas en muchos casos. La globalidad es hoy una realidad y debemos estar preparados.

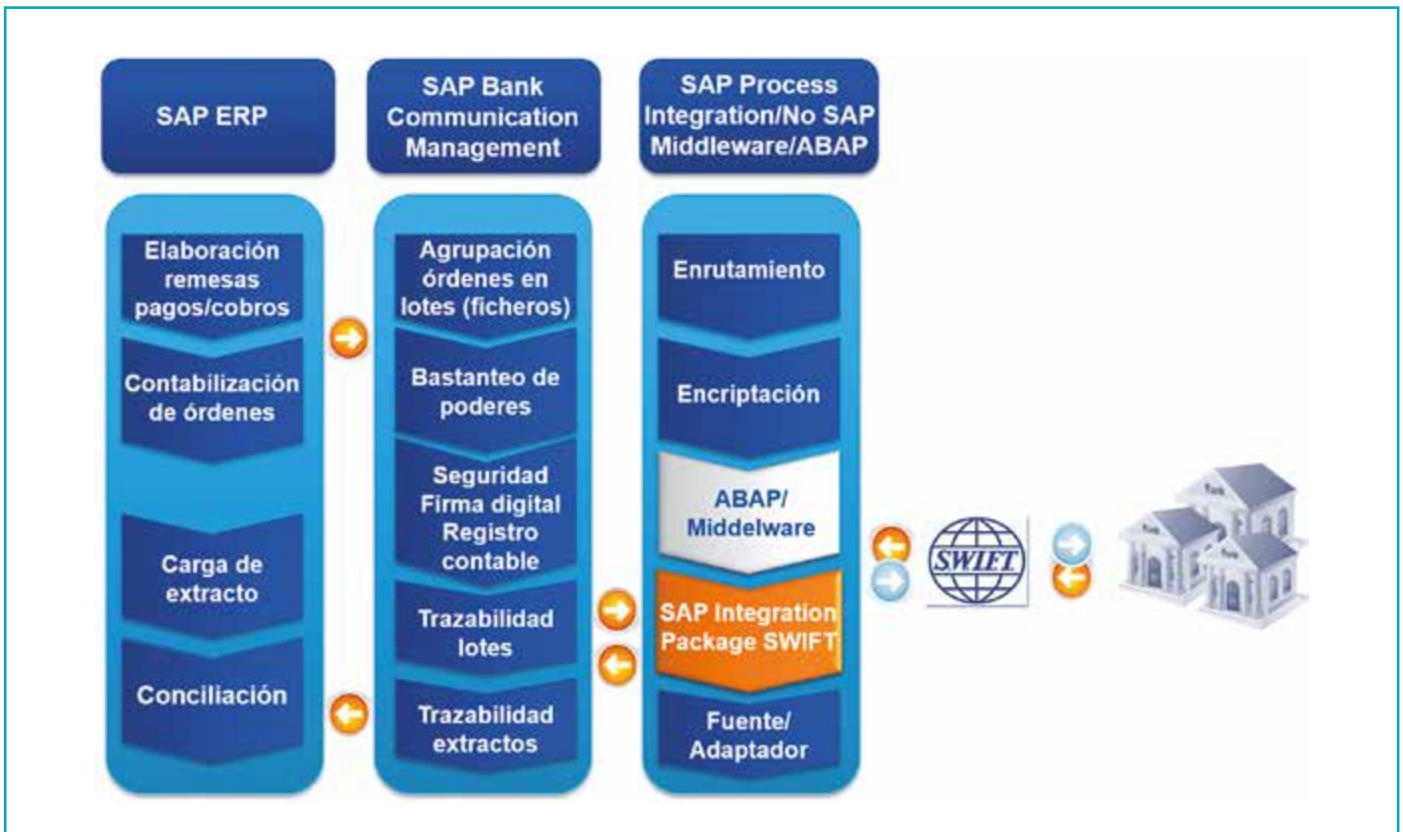
Nuevas oportunidades de negocio surgen fuera del territorio nacional, por lo que es necesario analizar todos los formatos de pago/cobro y extractos bancarios que se utilizan en los nuevos países.

La complejidad de trabajar con múltiples entidades financieras en distintos países y utilizando varios formatos representa un reto importante para las empresas, ya que se encuentran con varios obstáculos a la hora de tener una comunicación fluida y eficiente con sus entidades:

- Ineficiencia operativa.
- Nivel bajo de seguridad.
- Frágil infraestructura de IT.
- Mala gestión.

Atendiendo a estos retos, la centralización de las comunicaciones bancarias en un solo canal y mediante protocolos homogéneos, nos permitiría reducir los costes de mantenimiento de infraestructuras punto a punto para conectar con diversos bancos o redes bancarias.

La existencia de formatos más globales como SEPA en Europa o ISO 20022, además de los formatos SWIFT, nos puede permitir reducir la complejidad de nuestro sistema de pagos, armonizando los formatos para evitar incidencias.



En cuanto a la optimización de los procesos, cabe destacar la tendencia a automatizar los procesos manuales que no sólo representan una carga operativa, sino también un riesgo de cometer errores o dar cabida al fraude.

Para conseguir este grado de optimización en las comunicaciones bancarias, contamos con el módulo SAP BCM (**SAP Bank Communication Management**).

VENTAJAS DE SAP BCM

SAP BCM nos permite establecer dentro de nuestro sistema SAP un control total sobre las comunicaciones entre nuestra compañía y cada una de las entidades bancarias. Este control consiste en un monitor en el que visualizar el estado de cada una de las remesas de cobros/pagos, a la vez que establecemos un canal seguro para la aprobación y envío de cada uno de los ficheros.

Actualmente la mayoría de las compañías no trabajan con una única entidad bancaria. Es más, si como hemos señalado anteriormente nos encontramos en un proceso de internacionalización de nuestras actividades, trabajaremos con bancos no nacionales, por lo que resulta esencial una comunicación flexible que nos permita conectar nuestra compañía al mayor número de entidades bancarias (nacionales e internacionales) y que acepte el mayor número de formatos de pago/cobro. Para lograr este objetivo podemos contar con la red SWIFT, que reúne estas características y además cuenta con el nivel de seguridad adecuado.

El binomio SAP BCM y la red SWIFT nos proporciona la funcionalidad para solucionar los retos a los que se enfrenta una compañía al diseñar una plataforma integrada y automatizada de conectividad con las entidades bancarias.

El monitor de estado de pagos/cobros que incluye SAP BCM nos da visibilidad en tiempo real del estado de cada uno de los pagos, monitorizándolo en todos sus estados, desde la creación de la

remesa hasta la aceptación por parte de la entidad bancaria para su procesamiento.

SAP BCM también nos permite incluir una cadena de aprobación para todas las remesas que generemos. La estrategia de liberación de las remesas la podremos establecer según los propios intereses organizativos, contando con varios pasos de liberación (firmas) en función de la tipología de pago/cobro e incluso liberación directa sin necesidad de aprobación.

Siendo conscientes de que las personas responsables de la autorización de pagos pueden ausentarse de sus puestos de trabajo, SAP cuenta con dos posibilidades para ejercer la acción de aprobación o rechazo sobre las remesas mediante dispositivos móviles. La primera de ellas es la aplicación para smartphone **SAP Payment Approval** disponible para dispositivos Android e iOS. La segunda opción con la que podremos contar es la integración del ciclo de aprobación o rechazo en **SAP Fiori**. Gracias a estas herramientas la actividad de la empresa no se verá afectada cuando un usuario con poder de firma no se encuentre en su lugar habitual de trabajo.

Es frecuente que en las compañías dispongamos de una arquitectura de sistemas en la que no solo interviene SAP, por ejemplo la gestión de recursos humanos basada en un aplicativo no SAP o incluso externalizada a un tercero. Para ello ConVista ha desarrollado un **Add-on** con el que podremos integrar en SAP BCM pagos/cobros generados en entornos externos a SAP, tanto para su monitorización como para su proceso de aprobación y envío a la entidad bancaria a través de la red SWIFT.

Para terminar, podemos concluir que **SAP Bank Communication Management** junto a la red SWIFT y la experiencia de ConVista en múltiples implantaciones de este módulo, permitirá a las empresas superar los retos sobre la visibilidad e integración de los pagos/cobros en un solo ecosistema, y mejorar así los procesos diarios en el área de tesorería.



Daniel Benito
Manager en everis SAP Business Unit



an NTT DATA Company

Minimizar el impacto en el negocio de los cambios normativos

Los cambios normativos pueden llegar a tener un impacto muy elevado en el negocio, operativa y sistemas de información de las organizaciones. Los hay de diferentes naturalezas, como fiscales o de compliance a entidades oficiales o registrales, entre otros. Pero todos ellos tienen en común ser de obligado cumplimiento en el ámbito geográfico y sector en el que aplican y tener una fecha límite para ser adoptados.

En everis, y en concreto en la unidad de SAP & Enterprise Solutions (SAP&ES), somos conscientes de la importancia de acompañar a nuestros clientes en el proceso de detección e implementación de esos cambios normativos para mitigar el impacto en sus sistemas corporativos. Para ello, disponemos de equipos especializados que realizan la gestión end-to-end de estos cambios, siguiendo tres fases (ver Ilustración 1).

- En everis tenemos consultores expertos que se responsabilizan de estar informados sobre los cambios requeridos. Una vez detectados, trasladan esta información a los proyectos y servicios afectados para alertar de la necesaria implementación.
- Los propios clientes, que son informados por sus departamentos legales y auditorías externas.
- SAP por la publicación de notas OSS.
- Comunicaciones oficiales de las administraciones públicas.

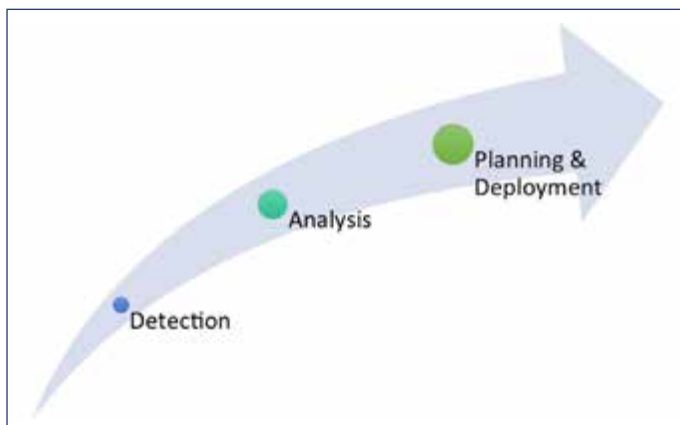


Ilustración 1. Gestión end-to-end del cambio legal o normativo.

1. DETECCIÓN

La detección de los cambios normativos se realiza a través de diferentes fuentes. Son, por ejemplo:

- AUSAPE que, de forma permanente está comunicando a sus asociados y a los partners de SAP, los nuevos requerimientos legales y normativos que se deberán acometer en función del ámbito, sector y características propias de cada compañía o grupo empresarial.

2. ANÁLISIS

Una vez detectados, se analizan las adaptaciones normativas en el respectivo ámbito funcional en la que tiene afectación, teniendo en cuenta:

- Funcionalidades y procesos de negocio afectados.
- Fechas de entrada en vigor de la nueva normativa.
- Alternativas de configuración y metodología para llevar a cabo la mejor implantación de la solución, con el mínimo impacto posible.

3. PLANIFICACIÓN Y DESPLIEGUE

Por último, se planifica cuándo se realizarán estos cambios. Para una mayor eficiencia, desde everis ponemos a disposición de nuestros clientes la coordinación de los mismos mediante Centros de Servicios Compartidos, encargados de la gestión de los mantenimientos correctivos, evolutivos, perfectivos y normativos. Esto permite ir ejecutando estos proyectos de adaptación en el tiempo y con la planificación necesarios para el cumplimiento requerido. Las fases para su implantación suelen ser:

- Analizar la estrategia de adopción de la nueva normativa o cambio legal en caso de que sea posible, por ejemplo, una adopción parcial de la misma, según las características de la organización.

- Configuración y adaptación de la normativa en la suite de soluciones SAP. Esto puede implicar, entre otras actividades:
 - Cambios de procedimientos de negocio para la obtención de la información requerida.
 - Parametrización e implantación de nuevas funcionalidades.
 - Implantación de notas OSS de SAP para la obtención de nuevos programas.
- Formación a los colectivos afectados sobre los nuevos cambios o requisitos.
- Puesta en marcha y soporte para conseguir una implantación del cambio con el menor impacto posible.

Como ejemplo concreto, podemos destacar un reciente cambio normativo relacionado con el área de Recursos Humanos, concretamente el Sistema de Liquidación Directa (SLD). La nueva Ley de la Seguridad Social (Ley 34/2014) establece que las empresas dejan de estar obligadas a presentar el detalle de las cotizaciones de sus trabajadores por el sistema vigente hasta entonces (modelo de

cotización TCs) y pasan a presentar dichas bases por este nuevo sistema, a partir de 2015 (la Seguridad Social avisa a cada empresa de cuándo debe empezar a aplicar la normativa).

Tras analizar los cambios de este nuevo sistema, se identificó la necesidad de adaptar el sistema de información de nóminas; además, esta adaptación depende del nivel de Support Package en la que se encuentra el sistema de la organización. En este caso, SAP ya ha liberado los Support Package que contienen todos los cambios relativos a este nuevo proceso y la metodología de implantación sería la implantación de estos Support Packages a los sistemas de las organizaciones para adaptarlos a la nueva normativa.

En everis, tenemos muy presente la necesidad de estar continuamente al día en lo relativo a adaptaciones y cambios normativos. En consecuencia, proporcionamos mecanismos, equipos y procedimientos para su correcta incorporación en el tiempo necesario, con el método adecuado y con el mínimo impacto.

En everis, tenemos muy presente la necesidad de estar continuamente al día en lo relativo a adaptaciones y cambios normativos.



¡ASÓCIATE!

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





José Luis Arteta

Experto en Gestión de Carteras y Proyectos en i3S



Sector Público: Gestión Metodológica de Carteras y Proyectos

CÓMO IMPULSAR EL BUEN GOBIERNO, LA TRANSPARENCIA Y LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

El sector público es el marco de gestión que se encarga de vehicular las necesidades de la ciudadanía, de los colectivos, de las empresas,..., y se preocupa de resolver estas necesidades conforme el modelo fundamental que las comunidades se han otorgado en democracia, y dentro de las propuestas de los planes de legislatura y de gobierno que han sido avalados por los ciudadanos.

Según datos de 2013 ofrecidos por el Fondo Monetario Internacional, el sector público europeo representa el 49,8% del PIB, siendo la media europea del orden de cinco puntos superior al peso que el sector público tiene en España. La proyección del Estado a 2018 en cuanto a su peso específico en el PIB es del 41,1%, lo que representa aproximadamente 500.000 millones de euros anuales de gasto público.

Este extraordinario tractor económico está conformado, solamente en el Estado Español, por un complejo entramado de cerca de 21.500 entes públicos distribuidos en los ámbitos local, autonómico y estatal, siendo más de 3.200.000 los empleados públicos, funcionarios y personal de administración y servicios los que, junto a la clase política, gestionan este presupuesto.

En la actualidad se habla constantemente de transparencia. Conforme el barómetro de la transparencia en España 2015 elaborado por CSA Consultores, el 92,9% de los encuestados valoraba

su importancia, el 32% de los ciudadanos consideraba que la transparencia es importante, mientras que el 60,9% la consideraba muy importante. A su vez, el 71,5% opina que la transparencia puede ayudar a prevenir la corrupción.

De acuerdo con lo dispuesto por la Ley 19/2013 de 9 de diciembre de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno, cuyo objetivo es ampliar y reforzar la transparencia de la actividad pública, regular y garantizar el derecho de acceso a la información relativa a aquella actividad y establecer las

obligaciones de buen gobierno que deben cumplir los responsables públicos, la Administración Central del Estado, Comunidades Autónomas y Entes Locales, así como otras empresas y servicios públicos, han iniciado actividades encaminadas a proveer información de carácter organizativo, de relevancia jurídica y de contenido económico a la ciudadanía.

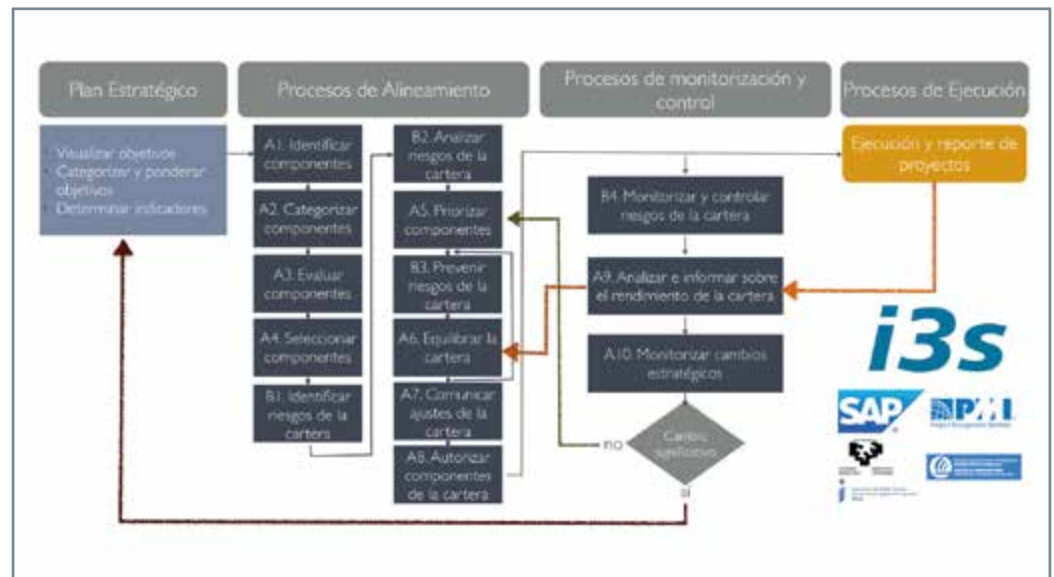
Pero toda esta información accesible para la ciudadanía, ¿es realmente re-



levante desde una perspectiva de análisis de la gestión y toma de decisiones informadas como “accionistas” o “propietarios” de la función pública?

La gestión de lo público delegada por la ciudadanía se circunscribe a periodos de cuatro años donde el mandatario y sus equipos de gestión actúan en base a programas de legislación y programas de gobierno que se sustentan sobre dos pilares fundamentales:

- Proyectos de transformación en base a una misión y visión definidas, y unos objetivos estratégicos.
- Proyectos para mejorar la eficiencia de la gestión operativa o actividades recurrentes.



¿De qué manera el gestor público se asegura, y garantiza a los distintos grupos de interés, los ciudadanos en primer lugar, que ejecuta los proyectos de transformación de la sociedad y los proyectos para la mejora de las actividades recurrentes totalmente alineados con su propuesta estratégica? Nos referimos al “pre-contrato” establecido con la sociedad por parte del gestor público durante la campaña electoral para ser desarrollado durante la legislación.

¿De qué forma la ciudadanía, como interesado principal y propietario de lo público, puede tener acceso a información efectiva sobre la calidad del cumplimiento de los objetivos estratégicos emanados de los planes de legislación y de gobierno de los entes públicos donde tiene intereses y capacidad de actuación?

Estos planes estratégicos de los entes públicos son el marco para alcanzar la visión ofrecida que los grupos políticos presentan a la ciudadanía, y que ésta elige. Son el marco para capitalizar oportunidades, minimizar el impacto de las amenazas, responder a los cambios sociales, económicos, ambientales,...

I3S: UNA PROPUESTA, TRES OBJETIVOS

Desde i3S creemos que son tres los objetivos a conseguir en el ámbito de los proyectos de transformación y los proyectos de mejora de las actividades recurrentes en las Administraciones Públicas:

- Ejecutar los proyectos adecuados.
- Ejecutar las iniciativas de la forma apropiada.
- Comunicar de forma efectiva a los distintos Grupos de Interés.

Nuestra propuesta se fundamenta sobre sobre dos pilares:

- Una técnica, la Metodología de Gestión de Carteras y Proyectos, avalada por el Project Management Institute.
- Una herramienta, SAP Portfolio and Project Management.

Esto es lo que asegura nuestra propuesta metodológica de gestión de carteras y proyectos a todos los grupos de interés en el

ámbito del sector público, desde el mandatario más representativo hasta el último ciudadano:

- **Resultado estratégico**, asociado a una gestión y comunicación efectiva de las oportunidades de inversión, el control del rendimiento y los riesgos de las carteras de proyectos, y su comunicación efectiva y transparente con los distintos grupos de interés.
- **Resultado táctico**, asociado a una planificación y ejecución detallada de cada proyecto, su alcance, su presupuesto, sus tiempos y sus recursos.
- **Resultado operativo**, asociado a la integración de los procesos operativos de la organización con la ejecución de cada uno de los proyectos de la cartera.

Las Administraciones Públicas se enfrentan a múltiples necesidades, solicitudes y proyectos. Sin embargo, como todos sabemos, la economía, los recursos humanos y materiales, el tiempo,... son limitados.

¿Qué metodología están utilizando hoy las Administraciones Públicas para planificar y gestionar las carteras y los proyectos?, ¿cuáles son los criterios de identificación, categorización, evaluación, selección y aprobación, asociados con la estrategia de gobierno o de legislación?, ¿tienen capacidad las Administraciones Públicas para anticiparse a posibles cuellos de botella?, ¿qué visibilidad tenemos sobre la utilización de recursos?, ¿cuánto tiempo consumen las Administraciones Públicas en obtener datos para elaborar informes de gestión y de comunicación?

Basada en nuestra experiencia y capacitación certificada por SAP en el sector público y en Ingeniería y HiTech, además de la historia de búsqueda de la excelencia y la calidad interiorizada en el ADN de nuestros socios, la propuesta metodológica de gestión de carteras y proyectos de I3S sobre la herramienta SAP Portfolio and Project Management:

- Asegura el alineamiento estratégico de las inversiones públicas.
- Facilita una gestión de recursos mejorada.
- Transforma el modelo de ejecución.
- Hace que el trabajo realizado sea más productivo y más efectivo.
- Ofrece a mandatarios públicos, ciudadanos y otros grupos de interés visibilidad y nuevas vías de colaboración.

GENERAL DYNAMICS
European Land Systems

integra

Ejecución del Negocio con Talento en General Dynamics European Land Systems

En la última edición del World Economic Forum 2015, se llevó un análisis de la competitividad y crecimiento a nivel mundial para este siglo y una de las principales conclusiones del evento fue que “el talento (y no el capital) será el factor clave para unir la innovación, la competitividad y el crecimiento en el siglo 21”. Como consecuencia, las empresas deben concentrarse en entender mejor los eslabones de la cadena global de talento y en optimizar su aportación al negocio si quieren ser exitosas.

En este contexto, General Dynamics European Land Systems decidió a finales de 2015 implementar SAP SuccessFactors, herramienta que le permite una gestión del talento descentralizada, integrada y orientada al empleado.

Entre los objetivos perseguidos por General Dynamics European Land Systems con esta implantación destacan la alineación de los objetivos de las personas con los de la organización y la completa trazabilidad de los procesos de compensación y evaluación anual, así como una integración total entre ambos procesos.

Dado que otro de los propósitos principales de General Dynamics European Land Systems era la alta participación de los empleados en los citados procesos, el proyecto se complementó con el acceso a SAP SuccessFactors mediante Single Sign On, integrando la herramienta con el Directorio Activo de la compañía.

ALCANCE DE LA SOLUCIÓN

Las prioridades de General Dynamics se centraron en los siguientes módulos de SAP SuccessFactors:

- **Performance & Goals:** fija el rendimiento de los empleados en el centro del proceso, de forma que éstos siempre tengan presentes sus objetivos, su valoración y sean conscientes de los puntos de mejora en cuanto a desempeño y aportación al negocio.
- **Compensation:** permite distribuir las cantidades económicas destinadas a la remuneración de los empleados de una forma efectiva y en base a su rendimiento, alineando de esta forma la remuneración con los objetivos del negocio.



La solución SAP SuccessFactors implantada permite que estos dos procesos se lleven a cabo a lo largo de los diferentes países de forma descentralizada, pero siempre con el apoyo y la supervisión de la central.

Como inicio del ciclo, General Dynamics European Land Systems lleva a cabo la Evaluación de sus empleados durante el año completo. Posteriormente, desde SAP SuccessFactors Compensation, en base a los resultados obtenidos por cada empleado en la evaluación, así como la valoración de puestos en la compañía, se aplican automáticamente las directivas globales de la compañía de forma que los responsables de toma de decisiones disponen de una referencia en cuanto a la remuneración recomendada. El sistema permite desviaciones dentro de unos márgenes establecidos, previa justificación de las mismas. El ciclo se cierra con una revisión global en SAP SuccessFactors por parte de la dirección de Recursos Humanos y el Presidente de General Dynamics European Land Systems.

Para Miguel Ángel Jiménez Palacios, Senior Director Corporate Human Resources Operations en General Dynamics ELS, “la solución altamente adaptable a nuestras políticas internas del módulo de Compensation que SAP SuccessFactors nos ofreció, fue absolutamente determinante. El hecho de ser una solución Cloud nos facilitaba las cosas en cuanto a rapidez de implantación, así como facilidad de actualización ya que no estaríamos sujetos nunca más a las costosas releases de nuevas versiones. Estaríamos siempre ‘a la última’”.

EL PROYECTO Y SUS PLAZOS

El proyecto se inició en septiembre de 2015, y los procesos de Compensación y Evaluación Anual se han ejecutado en vivo y por primera vez en febrero y marzo de 2016 respectivamente, con un colectivo de 350 personas pertenecientes a los centros de operaciones de Austria, Alemania, Suiza, España y su sede central, también en España.

Para conseguir una implementación exitosa en unos plazos tan cortos, considerando un entorno internacional, según Miguel Ángel, ha sido determinante “no obsesionarse con definir procesos basándonos en una hoja en blanco, sino **centrarse en optimizar la adopción de las mejores prácticas que de por sí aporta la herramienta**”. En este sentido, la experiencia de Integra como implementador especializado de SAP SuccessFactors “también ha ayudado mucho, porque nos han asesorado y guiado en todo momento a lo largo del proceso, orientándonos hacia las prácticas de mayor valor y ajustándolas a nuestras necesidades”.

BENEFICIOS CONSEGUIDOS

Los beneficios conseguidos con la implantación de ambos módulos son los siguientes:

- Imagen de compañía reforzada gracias a su proyección en SAP SuccessFactors.
- Objetivos de empleados y compañía alineados de principio a fin, con la correspondiente optimización de la contribución del empleado a los objetivos de negocio.
- Monitorización continua de los procesos de Evaluación y Compensación, que permite en todo momento una intervención en caso de que no se cumplan los objetivos esperados.
- Objetividad en la toma de decisiones relacionadas con la remuneración y el desempeño, que repercute de forma directa sobre la motivación y el compromiso de los empleados.



- Trazabilidad de los procesos de principio a fin.
- Flujos de aprobación más transparentes sustentados por la herramienta.
- Reducción de las tareas improductivas derivadas de procesos no eficientes.
- Sencillez en la exportación de resultados del proceso de compensación a los diferentes sistemas de Nómina de todos los países, que se traduce en una reducción de costes ocultos ligados a errores o inconsistencia de datos.
- Cumplimiento asegurado de las directrices de compañía, y transparencia del proceso de cara a auditorías internas.

En línea con las conclusiones del World Economic Forum 2015, el principal beneficio obtenido con este proyecto es el **incremento de la motivación y del compromiso del empleado**, creando una cultura diferente en la que se siente más implicado en la consecución de los objetivos estratégicos. Esto, sin duda, **repercute de forma directa en los resultados finales de la compañía**.

PRÓXIMOS RETOS

Una vez asentados los nuevos procesos de evaluación y gestión de compensación y beneficios, los próximos retos de la compañía se centran en seguir desarrollando el proceso de gestión del talento de forma integrada y descentralizada, soportado por la herramienta SAP SuccessFactors.

A propósito de General Dynamics European Land Systems

General Dynamics European Land Systems es uno de los líderes mundiales en el sector de sistemas de combate terrestre. Con más de 2.000 empleados de alta cualificación distribuidos en España, Alemania, Austria, Suiza y República Checa, la empresa fabrica y suministra vehículos sobre ruedas, de cadenas y anfibios, además de otros sistemas de combate, tales como sistemas de artillería y munición, para clientes de todo el mundo.

A propósito de Integra

Fundada en 2003 por reconocidos profesionales procedentes del mundo de la consultoría en el área de los Recursos Humanos, Integra es una consultora especializada en la implantación de soluciones líderes en gestión del talento. Con una presencia internacional en Europa y Latinoamérica y más de 80 profesionales altamente cualificados, Integra es uno de los líderes globales en implementación de SAP SuccessFactors. El valor de Integra es la experiencia de sus colaboradores, diferencial clave a la hora de soportar sus clientes en la adopción de las mejores prácticas ofrecidas por soluciones en modo Cloud como SAP SuccessFactors.



Respuestas clave acerca del cumplimiento de la normativa legal y controles internos de las organizaciones de Servicios

Establecer controles internos que garanticen el cumplimiento legal y minimizar los riesgos se ha convertido en un requisito obligatorio en la contratación de organizaciones de servicios externos. En esta línea, las auditorías SOC1 vienen a regular las revisiones de los controles internos que establecen las organizaciones de servicios, centrándose en los riesgos relacionados con la integridad de la información y su impacto en los informes financieros de sus clientes. Garantizar el cumplimiento del estándar SOC1 a través de una auditoría independiente es hoy condición imprescindible a la hora de elegir el socio BPO adecuado.

El capital humano suma entre el 40-60 por ciento de los gastos en una empresa, lo que hace que el departamento de Recursos Humanos gestione un alto porcentaje de las finanzas.

NGA Human Resources emplea mucho tiempo y esfuerzo en ser el socio de confianza para sus clientes, y parte de nuestra responsabilidad es llevar a cabo auditorías anuales de nuestros propios servicios para asegurar a nuestros clientes que están en manos de un socio de confianza.

Las auditorías más importantes merecen ser explicadas desde dentro y, para ello, hemos preparado una serie de preguntas que suelen surgir cuando se habla de los cumplimientos legales de esta área. En este artículo encontrará las respuestas a estas preguntas con la intención de esclarecer cualquier duda al respecto.

Cuestión 1: ¿Qué es SOX y SOC1?

En julio del 2012, el Congreso de Estados Unidos aprobó la Sarbanes-Oxley Act (SOX), diseñada principalmente para restablecer la confianza de los inversores tras las conocidas bancarrotas y análisis de controles internos que llevó a directivos, comités auditores y auditores independientes a un fuerte escrutinio. SOX es aplicable a todas las compañías públicas de EE.UU. y necesita la garantía anual por parte del equipo directivo de que los controles internos sobre los informes financieros son efectivos. Las empresas de ser-

vicio que proporcionan servicios financieros externalizados (como NGA Human Resources, que lleva a cabo procesos de nómina y seguros) deben proporcionar una auditoría independiente de sus controles. Los informes del Control de Organizaciones de Servicios (SOC1) verifican que una Organización de Servicios ha llevado a cabo una auditoría detallada de los procesos de control que le son aplicados a la entidad usuaria para la emisión de sus reportes financieros.

Cuestión 2: ¿Por qué es importante para los clientes de NGA?

Los clientes de HR BPO exigen que se les asegure que sus servicios externalizados están siendo llevados a cabo adecuadamente siguiendo una precisa monitorización para así poder asegurar una correcta presentación de sus informes financieros. El informe SOC1 demuestra que los controles de NGA Human Resources están diseñados e implementados correctamente y que operan de manera eficaz, consiguiendo así los objetivos de control específicos.

Al proporcionar servicios de externalización, NGA Human Resources debe proveer un informe SOC1 a sus clientes por ser un requisito legal para ellos y, por tanto, contractual para HGA Human Resources.



Cuestión 3: ¿Por qué es importante para NGA Human Resources?

La auditoría SOC1 de NGA proporciona una garantía independiente de terceras partes acerca de la idoneidad de nuestros controles internos y demuestra que NGA Human Resources cuenta con un sólido entorno de control sobre los informes financieros.

Contribuye a que las relaciones con nuestros clientes sean sólidas y de confianza y, además, establece el camino hacia la identificación de oportunidades para mejorar los procesos de negocio y la gestión en operaciones tecnológicas.

Cuestión 4: ¿Por qué es importante para los profesionales de RR.HH.?

Cada vez hay más empresas que ven el beneficio de externalizar sus servicios de RR.HH. pero necesitan una garantía de que sus servicios están en buenas manos. El Informe SOC1 constata que la descripción del Sistema de Servicio es justo, que los controles han sido diseñados correctamente y que operan eficazmente. Por tanto, los profesionales de RR.HH. necesitan ser conscientes de la conexión entre tener los suficientes controles y la responsabilidad de los managers para asegurar la eficacia de estos controles y de que, si surge un crecimiento de HR BPO, se pueda proporcionar este nivel de garantía.

Cuestión 5 ¿Qué pasa si NGA Human Resources no cumple con SOC1?

Muchos clientes confían en la Auditoría SOC1 como garantía de calidad. Cuando las empresas externalizan sus procesos de datos o servicios no traspasan la propiedad ni la responsabilidad de los controles internos, por lo que los controles que realiza el proveedor de servicios se convierten así en los controles de la organización y deben formar parte en los controles internos.

El SOC1 es el estándar de auditoría que se utiliza para medir la estabilidad y eficacia de los controles de servicio sobre los informes financieros. Si las empresas de servicio -como NGA Human Resources- no pueden proporcionar la auditoría SOC1, habrá

compañías que decidan no contratar con ellos sus servicios de externalización.

Cuestión 6: ¿Qué ha pasado con SAS70?

SAS70 era el estándar por el cual las empresas podían medir el estado de los controles internos de los informes financieros en las empresas de servicio. El 1 de junio de 2011 el SAS70 fue reemplazado por el ISAE 3402 (internacional/SSAE16 en América) como el estándar aplicable SOC1. La mayoría de las empresas auditoras generan informes que cumplen con los estándares ISAE3402 & SSAE16.

Cuestión 7: ¿Con qué otros estándares de calidad cuenta NGA Human Resources? (SSAE, ISO, etc.)

Como hemos mencionado, el SSAE16 es un estándar de Auditoría SOC1 que viene especificado por las empresas de servicio y que añade a los requisitos de informes financieros de nuestros clientes. Aparte de éste, NGA Human Resources también cuenta con un número de certificaciones de estándares definidos internacionalmente como:

- ISO9001 (gestión de calidad) para asegurar que procesos eficaces están en funcionamiento.
- ISO 27001 (seguridad de la información) para asegurar a nuestros clientes que los datos personales de sus empleados son tratados de manera segura.
- BS 25999 (continuidad de negocio) NGA Human Resources tiene la capacidad de mantener sus operaciones de servicio aunque existan interrupciones fuera de nuestro control.

Cuestión 8: ¿Con qué frecuencia renueva NGA Human Resources la auditoría SOC1?

Las auditorías SOC1 cubren un mínimo de seis meses. Las empresas llevan a cabo auditorías semestrales por lo que la mayoría de los requisitos de clientes se satisface con una de las dos. Sin embargo, si un cliente tiene un fin de año financiero próximo que no esté cubierto por ninguno de estos periodos puede requerir una auditoría específica SOC1.



Alberto Delgado
Director Seidor digital



Digitalizarse ya no es una opción

La digitalización se ha convertido en uno de los retos más ambiciosos a los que las empresas se enfrentan a corto y medio plazo. A pesar de que se está haciendo un uso excesivo del término, no deberíamos caer en el error de considerar que la transformación digital es una cuestión tecnológica o una moda pasajera a la que los proveedores tecnológicos se están apuntando para vender nuevas soluciones TIC.



Nada más lejos de la realidad; la revolución de “lo digital” está transformando profundamente nuestra sociedad, cultura y economía, creando nuevos modelos de relación entre las marcas y los consumidores. Lo que realmente se está digitalizando son las personas. Los individuos estamos cambiando nuestra manera de comprar, informarnos y disfrutar, buscamos inmediatez y experiencias personalizadas, colaboramos en nuestras empresas utilizando nuevos mecanismos. No estamos hablando de una cuestión

menor, sino de un cambio generacional inevitable, y nuestras empresas deberán transformar su cultura, organización y procesos para seguir siendo competitivas en este nuevo escenario.

Por este motivo, recientemente hemos lanzado Seidor digital, una nueva división nacida con la vocación de ayudar a las pequeñas y medianas empresas a diseñar y desplegar su estrategia de digitalización. Gracias a una amplia oferta basada en servicios de consultoría y soluciones tecnológicas, combinada con nuestros



más de 30 años de experiencia y un amplio equipo de consultores altamente cualificados, aspiramos a convertirnos en el partner de confianza de todas aquellas Pymes que se preparan para emprender este viaje.

Como primer paso, hemos elaborado una breve hoja de ruta que incluye 12 iniciativas digitales que cualquier compañía puede empezar a implementar:

- **Diseñe su visión digital:** la dirección de las Pymes tiene la responsabilidad de dibujar una visión compartida sobre cómo la digitalización afectará a su modelo de negocio, y qué retos y oportunidades crean las tecnologías digitales. Una vez diseñada esa visión, podrá impulsarse decididamente la transformación digital.
- **Implique a sus directivos:** es esencial implicar al Comité de Dirección en la digitalización como eje estratégico de crecimiento.
- **Ponga a trabajar a sus datos:** la mayoría de las empresas tienen datos insuficientes, de mala calidad o dispersos. Para extraer valor de negocio de sus datos, empiece por auditar su cantidad, calidad y relevancia, y ponga en marcha un programa de integración y explotación de datos.
- **Digitalice el puesto de trabajo:** una empresa digital debe invertir intensamente en herramientas digitales para que sus trabajadores trabajen eficientemente, en movilidad, con el dispositivo idóneo para cada labor y momento.
- **Impulse la colaboración digital de su equipo:** las empresas digitales deben impulsar la colaboración digital de sus empleados, proporcionándoles plataformas tecnológicas para ayudarles a explicitar y compartir su conocimiento.
- **Atraiga y desarrolle talento digital:** las compañías necesitan colaboradores capaces de aportar valor en el nuevo contexto digital, de trabajar en red, de aprender autónomamente.
- **Súbese a la nube:** la empresa digital es ágil y flexible. Si quiere serlo, tiene que tener una plataforma tecnológica que también lo sea. Empiece por el correo, la colaboración o el almacenamiento, y siga por las aplicaciones de negocio.
- **Dé a su web la importancia que merece:** la mayoría de los directivos se muestran insatisfechos con el sitio web de su compañía. La web es el escaparate, el primer elemento de su presencia digital.
- **Trabaje su presencia social:** toda Pyme debe mantener una identidad y presencia social corporativa relevante para su público. Monitoree las redes para conocer y participar en las conversaciones sobre su marca; interactúe con sus clientes para entender sus necesidades; implique a los directivos en la presencia social.
- **Regale contenido que enamore:** incluso la empresa más pequeña tiene contenido de interés para sus clientes. Se sorprenderá con cuánto contenido tienes ya. No lo dude, regáleselo a sus clientes, edúqueles, ayúdeles a aprender, y ellos le premiarán con su atención y fidelidad.
- **Venda por todos los canales:** los clientes digitales buscan experiencias únicas y personalizadas a través de diversos canales: se informan online, confirman en tienda y compran de cualquier manera. La empresa digital tiene que responder creando una experiencia totalmente adaptada, coherente entre los diversos canales, memorable.
- **Elija el partner ideal:** no es una recomendación cualquiera ya que, desde la perspectiva tecnológica, la digitalización es compleja. Para cada ámbito tecnológico, existen numerosísimas alternativas, y elegir entre ellas no es una tarea sencilla. Por este motivo, seleccionar un partner tecnológico que se comprometa con su empresa, con experiencia en la digitalización de la Pyme, le ayudará a tener éxito.



Jesús García Poncet
Responsable del Centro de Servicios
y Mantenimiento SAP Tecnocom



Gestionar los cambios normativos, un imperativo de vital importancia para las empresas



En Tecnocom somos conscientes de la importancia que tiene para las empresas la gestión de los cambios normativos. Todos los años surgen nuevos requerimientos -a los que las empresas tienen que adaptarse- tanto en su relación con la Administración, como con otras organizaciones, o que afectan a la relación con sus propios trabajadores.

En el Centro de Servicios y Soporte SAP de Tecnocom tenemos, entre nuestras funciones, el asesoramiento, desarrollo, puesta en producción y mantenimiento posterior de los cambios normativos que puedan afectar a la dinámica del negocio de nuestros clientes.

Entendemos que un Centro de Servicios, además de facilitar los servicios de soporte y mantenimiento en las plataformas SAP, tiene que ofrecer como valor añadido su conocimiento de los distintos sectores de negocio de los clientes e incluir en la definición del servicio cualquier cambio normativo que les pueda afectar.

Nuestra filosofía de trabajo es anticiparnos a los posibles cambios y valorar cómo pueden afectar tanto a los sistemas como a los procesos rutinarios. Para ello, el equipo de consultores del Centro de Servicio, dedica una parte de su tiempo a la consulta de

los cambios normativos que puedan producirse a corto plazo, a través de los comunicados en publicaciones oficiales de la Seguridad Social, Empleo, Tesorería y Hacienda o a través de Asociaciones del sector como, por ejemplo, AUSAPE. Nuestros clientes perciben este servicio como un valor añadido y diferencial y así nos lo hacen saber en distintos encuentros a lo largo del año.

Como parte del servicio, comunicamos los cambios normativos a través de diferentes canales. Para ello, desde el Centro de Servicios editamos unos Boletines Informativos que enviamos regularmente por correo electrónico a nuestros clientes, en los que les anticipamos y explicamos qué implicaciones tienen para ellos, los plazos para realizarlos y la disposición del equipo de Tecnocom para ejecutarlos en plazo y forma. El objetivo es que



éstos no paralicen la actividad de negocio de las empresas que confían en Tecnomcom.

Es muy importante que los clientes dispongan de la información en tiempo real, para que puedan asumir y planificar los cambios con la antelación necesaria y así evitar que se vean perjudicados de alguna manera.

Una vez que el Centro de Servicios tiene constancia de los cambios que hay que aplicar y a qué clientes afecta, se procede a dimensionar los trabajos y el equipo. El coordinador del Centro para el módulo afectado, será el encargado de planificar el equipo y el calendario de actuación con el objetivo de cumplir con los plazos estipulados. La efectividad del servicio pasa por mantener periódicamente reuniones con el equipo de consultores involucrados para dar seguimiento y cumplimiento a lo inicialmente planificado.

Jesús Carretero, Director Corporativo de Tecnología y Sistemas de Egasa XXI, se muestra satisfecho con el formato de este servicio y espera que se amplíe a más áreas de la empresa, ya que les permite enfocarse en implementar los cambios, y no en recopilarlos y analizarlos. Explica que a los usuarios les resulta más fácil de comprender que las notas de SAP, de contenido más técnico, lo que facilita la comunicación entre TI y los key users durante los tests.

El Centro de Servicios SAP de Tecnomcom posee un equipo con un alto conocimiento funcional y experto de la normativa legal asociada a cada área, que permite afrontar con solvencia los cambios que van surgiendo. Asimismo, cuenta con la certificación PCoE (Partner Center of Expertise) para EMEA y Latinoamérica, una garantía del propio fabricante sobre la metodología recomendada para dar el servicio y sobre la capacidad y certificaciones necesarias para dar soporte a los módulos implantados en los clientes. Esta certificación es fundamental a la hora de prestar servicios a organizaciones multi-país, con diferentes localizaciones, horarios, idioma, servicio 24x7, normativas legales, etc.

En definitiva, poder contar con el respaldo de un Centro de Servicios es una ventaja competitiva a la hora de afrontar cualquier tipo de cambio normativo. Además, tener un número elevado de clientes proporciona un cúmulo de experiencias y capital de conocimiento, y esto permite afrontar dichos cambios con seguridad y con el consiguiente ahorro de eficiencia.

La implantación del programa Creta en el módulo de HCM es un buen ejemplo que ilustra el valor de este servicio. En esencia, Creta es un programa que sirve para comunicar las cotizaciones de los trabajadores, de forma automática, a la Seguridad Social.

Su implementación en un gran número de clientes dio como resultado una mayor eficiencia para solventar los imprevistos, gracias a la experiencia de su anterior implementación en otros sistemas. Una situación similar la vivimos con CRA, un programa que sirve para la comunicación a la Seguridad Social de todos los movimientos salariales que hayan podido tener los empleados de una empresa a lo largo del año. Hemos colaborado activamente con AUSAPE como "Beta Tester" en proyectos como el proceso de Validación contra la AEAT, de forma individual o masiva, de la estimación SAP del IRPF.

Indudablemente una de las áreas de mayor demanda es la de Recursos Humanos, debido fundamentalmente a que los cambios normativos están siempre muy presentes y son muy numerosos a lo largo del año. Además de las comunicaciones que facilitan el uso de los programas Creta o CRA, son muy habituales los cambios normativos procedentes de reformas laborales o fiscales, así como todos los cambios de bases e indicadores a nivel de Seguridad Social que surgen desde principios de año.

Para ello contamos con un equipo de profesionales que, además de consultores SAP, son expertos en legislación laboral, cotización y tributación tanto de España y Portugal como de los países más representativos de Latinoamérica. Ellos, además de dar soporte a sistemas SAP, prestan servicios de BPO de administración de personal y nóminas.

También el área financiera requiere especial atención por parte de nuestro equipo debido a los cambios normativos en los modelos de hacienda o en requerimientos que han ido surgiendo como, por ejemplo, la normativa SEPA.

La adaptación de Tecnomcom a todos estos cambios normativos ha sido fundamental no sólo en España, sino también en otros países en los que opera como México, donde desde el año 2015 es obligatorio enviar telemáticamente una serie de información contable al SAT. Cabe destacar que estas últimas modificaciones fueron abordadas conjuntamente entre el equipo de Tecnomcom España y el de México.

Asimismo, en Perú configuramos vía XML el sistema de facturas de manera electrónica. En una primera fase las facturas logísticas y posteriormente las financieras, y también se realizó la modificación de los libros oficiales que se envían a la SUNAT para poder adaptarlos a los nuevos requisitos legales, además de implantar la solución de generación del certificado de retención electrónico para ficheros planos y actualmente en formato XML.



Luis Felipe Lanz
SAP Mentor y Arquitecto de Tecnología SAP



El nuevo SAP Fiori as a Service

Uno de los ámbitos donde SAP ha trabajado más los últimos años, y que sin duda ha tenido una extraordinaria acogida por parte de los clientes ha sido el cambio en la experiencia de usuarios. SAP Fiori incorpora no solo el aspecto de las aplicaciones de SAP, sino también la forma de consumir los datos y tomar decisiones eficientes de manera efectiva.

Pero la movilidad de esta nueva interfaz es un requerimiento de todos nuestros clientes, y hacerlo sencillo de implementar, seguro y fácil de consumir (vía smartphones, tablets, wearables, etc.) ya no es un deseo, es toda una demanda.

Hace apenas unas semanas se anunciaba la disponibilidad general del nuevo servicio de SAP Fiori en la nube, un servicio que algunas empresas en España ya están utilizando, y que valoran muy positivamente, por ser una solución simple y fácil de poner en funcionamiento. A continuación, detallaré que es Fiori como servicio, en qué consiste, el alcance de este servicio y lo fácil que resulta sacarle provecho.

LO BÁSICO:

El nombre oficial es **SAP Fiori Cloud Edition**, es uno de los dos componentes que forman parte de la estrategia de movilidad Cloud de SAP y que se despliega en SAP HANA Cloud Platform (HCP).

Este servicio permite tomar las aplicaciones SAP Fiori que ya están implementadas en la infraestructura on-premise, publicarlas en la nube y hacerlas accesibles desde cualquier dispositivo móvil o desde un navegador de manera segura, sin exponer los componentes de backend y sin la necesidad de hacer una gran inversión en ciberseguridad para poder acceder a los datos en el backend de forma segura.

En resumen, simplifica y agiliza el proceso de implementación de Fiori a través de un servicio en la nube, por ejemplo, instalar, actualizar y salvaguardar los procesos del servidor front-end ABAP se reduce y se realiza de forma centralizada por SAP en HCP.

LO QUE ES NECESARIO SABER:

SAP Fiori Cloud Edition es una nueva opción para la implementación de SAP Fiori directamente en la nube y de la forma sencilla que SAP HCP proporciona.

Funciona también de una manera muy sencilla: cada cliente de este servicio tendrá su SAP Fiori Launchpad en SAP HCP, en el cual dispondrá de las aplicaciones SAP Fiori que vienen dadas por defecto y aquellas que se desplieguen en este launchpad.

La conexión al backend se realiza vía SAP HANA Cloud Connector, de manera segura y encriptada, bajo un control directo del cliente, que decide qué servicios OData va a exponer a través de esa conexión.

En el futuro se tiene previsto la opción de integrar las apps que existen en el SAP HANA App Center para desplegarlas directamente en este launchpad.

Este servicio tiene un coste adicional, a diferencia de las licencias SAP Fiori que vienen incluidas en el SAP Business Suite.

LOS COMPONENTES:

SAP Fiori Cloud Edition incluye:

- Aplicaciones SAP Fiori para su ejecución en SAP HCP, en conjunto con el servicio de actualizaciones, mantenimiento y gestión, inicialmente 24 apps están disponibles "out of the box" para complementar los componentes HCM, Retail, MM y CRM.
- SAP Fiori Launchpad.
- SAP WebIDE para HCP, un entorno de desarrollo basado en Web (Eclipse Che) para desarrollar nuevas aplicaciones SAP Fiori y extensiones de aplicaciones.

SAP Fiori Cloud Edition es una nueva opción para la implementación de SAP Fiori directamente en la nube y con la forma sencilla que SAP HCP proporciona.

- SAP Fiori Mobile Service, para optimizar el consumo de aplicaciones SAP Fiori en dispositivos móviles, así como la gestión de estos y el ciclo de vida de las aplicaciones.
- Servicios de provisión de OData para aplicaciones SAP Fiori.
- Interfaz de usuario avanzada para personalizar las aplicaciones y hacer uso del branding corporativo.
- SAP HANA Cloud Connector.

En resumen, SAP Fiori Cloud Edition permite simplificar la necesidad de infraestructura, ofreciendo una interfaz de usuario dinámica, intuitiva y disponible en todo momento y en todo lugar, sin sacrificar la seguridad de la información, algo que muchas empresas necesitan en la actualidad.



Os invito a visitar los siguientes enlaces para más detalles sobre esta solución:

Video: go.sap.com/assetdetail/2016/03/1476db21-657c-0010-82c7-eda71af511fa.html
hcp.sap.com/capabilities/ux/fiori.html
uxexplorer.hana.ondemand.com/_item.html?id=10698#!/overview

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.

Las Delegaciones de Canarias y Baleares reúnen a las empresas asociadas



Reunión de la delegación de Canarias.

A principios de abril, nuestras dos delegaciones insulares organizaron sendas reuniones para acercar a los Asociados las últimas novedades en tecnología y en normativas legales.

Esta vez la reunión de la Delegación de Canarias tuvo un tinte especial, como explicó Javier González Ortiz, Director Gerente de Mutua de Accidentes de Canarias (MAC), porque se cumplen 10 años desde que la firma lidera la representación de la Asociación en esta Comunidad Autónoma, con Valentín Santana como Delegado.

Esta sesión, a la que asistieron 23 personas de 16 empresas, contó con la presencia de la Subdirectora de Auditoría Interna de la

Agencia Tributaria canaria, Mercedes López Fajardo, que realizó una puesta al día sobre la situación actual del Sistema de Información Inmediato (SII) que, en principio, entrará en vigor el 1 de enero de 2017 y que será obligatorio para un colectivo de unos 62.000 contribuyentes, formado por grandes empresas, grupos societarios a efectos de IVA e inscritos en el régimen de devolución mensual del impuesto ('Redeme').

Durante la reunión, se llevaron a cabo también varias exposiciones técnicas. Por un lado, SAP abordó el tema "La adopción de SAP HANA: paths de transición y enfoque de proyecto"; Seidor se centró en la ejecución de una estrategia con SAP SuccessFactors, y COMMON ofreció su visión sobre la estrategia de SAP en el área de Sanidad.

REUNIÓN EN BALEARES

La Delegación de Baleares, también mantuvo el 6 de abril una nueva reunión presencial el pasado 6 de abril. Liderada por Gerard Pasán, de Grupo Iberostar, asistieron 22 personas de once compañías.

La agenda se centró en cuatro temas: optimización de pagos y comisiones bancarias, tema expuesto por CONVISTA; la implantación de la evaluación del desempeño con SAP SuccessFactors en sólo seis semanas, presentación realizada por EPI-USE; SAP HANA, la transformación digital de los sistemas SAP, exposición que realizó IECISA y, finalmente, SAP profundizó en cómo la transformación digital ayuda a captar y retener más a los clientes.



Reunión de la delegación de Baleares.

Éxito del Grupo Financiero sector público

Más de 40 personas asistieron a la convocatoria del Grupo que coordina Javier Mediavilla, de UCM. En la sesión SAP presentó las soluciones disponibles a día de hoy en SAP HANA para el sector público y lo que se irá incorporando en el futuro. También sirvió para revisar las distintas estrategias de adopción de SAP HANA.

La agenda abordó también temas como la transformación digital en el sector público, y SAP S/4HANA para la gestión económico presupuestaria.

PRÓXIMAS SESIONES DE LOS GRUPOS DE TRABAJO DE AUSAPE

1 de julio. Grupo de Trabajo HR Barcelona

8 de julio. Webinar del Grupo Financiero

13 de julio. Grupo de Trabajo HR Madrid

15 de julio. Webinar del Grupo Financiero

ESTHER HERNÁNDEZ GODINOEmpresa: **ACCIONA, S.A.**Cargo: **Técnico Funcional de Sistemas de RR.HH.**Grupo de Trabajo en el que participa: **Recursos Humanos****¿Desde cuándo acude a las reuniones de este Grupo de Trabajo?**

Desde hace cuatro años aproximadamente, cuando comenzamos a trabajar con SAP y conocimos la existencia de AUSAPE.

¿Qué le aporta a usted su participación en él?

A nivel personal, lo más importante es poder compartir inquietudes, problemáticas encontradas y posibles soluciones con otros usuarios.

Muchas veces, hablando con otros compañeros sobre casuísticas parecidas, encontramos distintas alternativas para solucionar un mismo problema. Cada uno lo adapta a su negocio.

Compartimos opiniones sobre cómo tratar determinados temas, incluso experiencias del uso de una funcionalidad u otra, soluciones SAP que salen al mercado y opiniones sobre proveedores.

¿Qué beneficios obtiene su empresa de su implicación?

Estos grupos son un espacio donde podemos trasladar a SAP directamente nuestras preocupaciones como empresa y los problemas que vamos encontrando en nuestro día a día. Nos ponemos al día de las novedades y tenemos información de primera mano para saber en lo que está trabajando la compañía.

Nos da visibilidad. Entiendo que funcionan como una canal de comunicación entre SAP y sus clientes y que ambas partes salen beneficiadas de esta relación.

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

Como grupo cada vez estamos más integrados los unos con los otros y compartimos más experiencias entre nosotros. Creo que a veces se consiguen buenas sinergias compartiendo las soluciones que han aplicado unos u otros sobre una misma problemática.

SE BUSCAN

LÍDERES PARA NUESTROS GTS

Y ÉSE PUEDES SER TÚ

¿EN QUÉ TE BENEFICIA?

Mantenerte al día del entorno SAP • Hacer nuevos contactos

Conocer las experiencias de otros clientes • Revalorizar tu CV

Ser nuestro invitado en el Fórum AUSAPE (el mayor evento independiente del ecosistema SAP)

CONVIÉRTETE EN COORDINADOR, Y ESTARÁ AL ALCANCE DE TU MANO

CONTÁCTANOS EN: SECRETARIA@AUSAPE.ES - 91 519 50 94





Helmar Rodriguez Messmer
Design Thinker



Ignacio González García
Ingeniero de Caminos y Doctor en Psicología

El eterno retorno de la creación

“El objetivo, ese ojo...ve el mundo...”

Luis Buñuel

El arte es uno de los pocos medios, quizás el único, de que disponemos para arrojar luz -luz ambigua, intraducible- sobre los rincones oscuros de la mente y el alma humanas.

Hoy vamos a pensar con Buñuel sobre cómo podemos ver el mundo, sobre cómo podemos ordenar nuestra experiencia para facilitar la creación, para facilitar el surgimiento de nuevas realidades.

Buñuel, al fin y al cabo, era un cineasta, se apoyaba en lo visual: “El objetivo, ese ojo sin tradición, sin moral, *sin prejuicios* ve el mundo. El cineasta, después, lo ordena...Segmentación. Creación. Escisión de una cosa para convertirse en otra... Ese paisaje, para ser recreado por el cinema, necesitará segmentarse en cincuenta, cien y más trozos. Todos ellos se sucederán después vermicularmente para componer así la entidad film”.

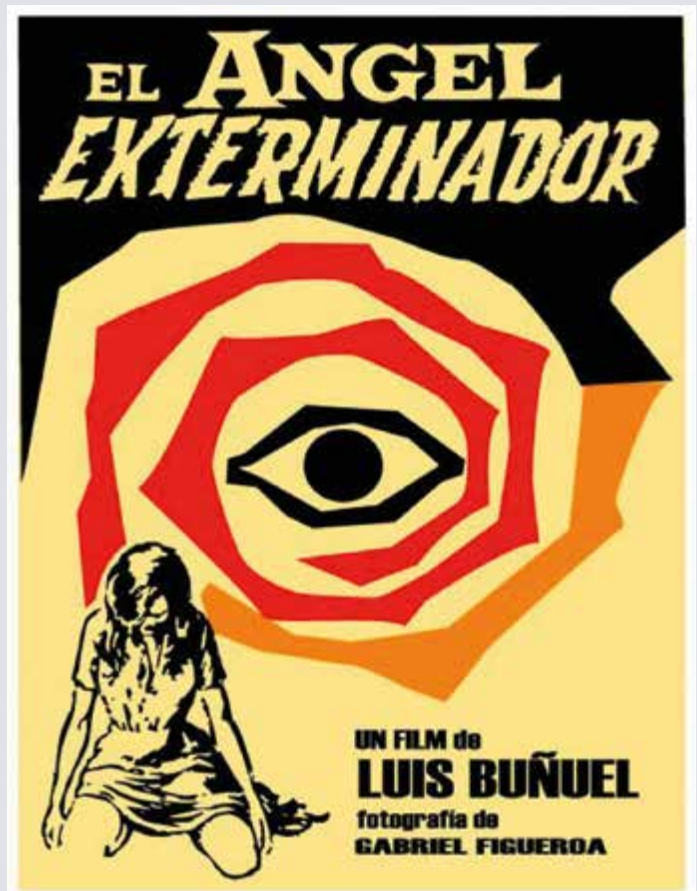
Nos muestra un camino con varios momentos. El primero se centra en la actitud de ver el mundo de forma desprejuiciada, con la actitud que los fenomenólogos llamaron *epoché*. El segundo consiste en fragmentarlo, “parsearlo” diría un informático y el tercero en reordenarlo, recombinarlo para dar lugar a una nueva realidad. Lo sigue al filmar *Un Perro Andaluz*, en *Belle de Jour*, pasando por *Ese Oscuro Objeto del Deseo* o *Viridiana* hasta *El Ángel Exterminador*, que es una obra cumbre en este sentido.

La grandeza que posee esta película es reflejar que la vida, en su desarrollo, no está gobernada por la lógica, eso es muy conocido, e identificar su lógica, muy especial: la *lógica* de la *repetición*.

Hoy queremos que reflexione con nosotros sobre el papel que la repetición tiene en su vida, en sus relaciones personales y en su trayectoria profesional.

EL ANGEL EXTERMINADOR Y EL ETERNO RETORNO

El argumento de esta película es muy sencillo: varios miembros de la alta burguesía mexicana (médicos, arquitectos, directores de orquesta, oficiales de ejército...) tras asistir a la ópera, son invitados a asistir a la cena que se celebra en la lujosa mansión de los Nobile. La velada acontecerá de un modo más o menos normal hasta que los asistentes decidan retirarse a descansar de uno de los salones principales. Es a partir de entonces cuando



la situación se enrarece y enturbia, al comprobar todos y cada uno de ellos que, por causas que escapan a su raciocinio, son *incapaces de salir del lugar*. Se trata del mismo problema, aunque planteado de modo muy distinto, que el narrado en *Atrapado en el tiempo*. (*Groundhog Day*, *El día de la marmota*), dirigida por Harold Ramis.

Se trata, en resumen, del problema *del no poder salir*, que es el mismo problema, visto desde el otro lado, que el de no poder llegar a existir, en el sitio en el que no se puede entrar.

Buñuel trata de poner luz en esa lógica, renunciando a aclararla y sumergiéndose en las sombras de lo inexplicable, al contrario de Trakovsky (1932-1986), quien busca la verdad mediante la explícita expresión en los medios cinematográficos.

Piensa que “Los sueños más excitantes son aquellos en los que cada uno recuerda hasta el más mínimo detalle”, como en *Atrapado en el tiempo* le ocurría al personaje que encarna el actor Bill Murray, que llega a conocer la longitud de cada paso dado el día anterior, cada suceso, cada momento. Ambos directores, Buñuel y Ramis, para llegar a lo “oscuro” del relato, a lo terrorífico, incluso en lo cómico de la *congelación*, utilizan de forma sistemática las repeticiones de secuencias, *aunque no idénticas*. *Diferencia y repetición*, texto de Gilles Deleuze, son conceptos claves para comprender la realidad, como en su momento fue el de identidad. *En cada momento se repite lo mismo, con una sola diferencia, no poca, la de la libertad*.

Concretamente en *El Ángel Exterminador*, nada más comenzar la película, nos muestra a los invitados que vienen de la ópera entrando en la mansión. Y entran *dos veces*. No es un error del montador como algunos insensatos pensaron. Hay sutiles diferencias. En una secuencia el punto de vista de la cámara en el plano en el que atraviesan la puerta de entrada es en un acentuado picado y en otra, en claro contrapicado. Del mismo modo vemos a las criadas que, a la vez van saliendo de la casa, sin ningún motivo aparente, salir dos veces y esconderse de nuevo en sendas ocasiones al ver la llegada de los burgueses a la cena; el brindis es propuesto dos veces por el anfitrión... *más de una decena de estas repeticiones*, que parecen sugerir la incapacidad de aprehender *realmente* lo Real. El espectador entra en una suerte de identificación con la experiencia de repetición, tanática, muerte en vida, que padecen los personajes de ambas películas.

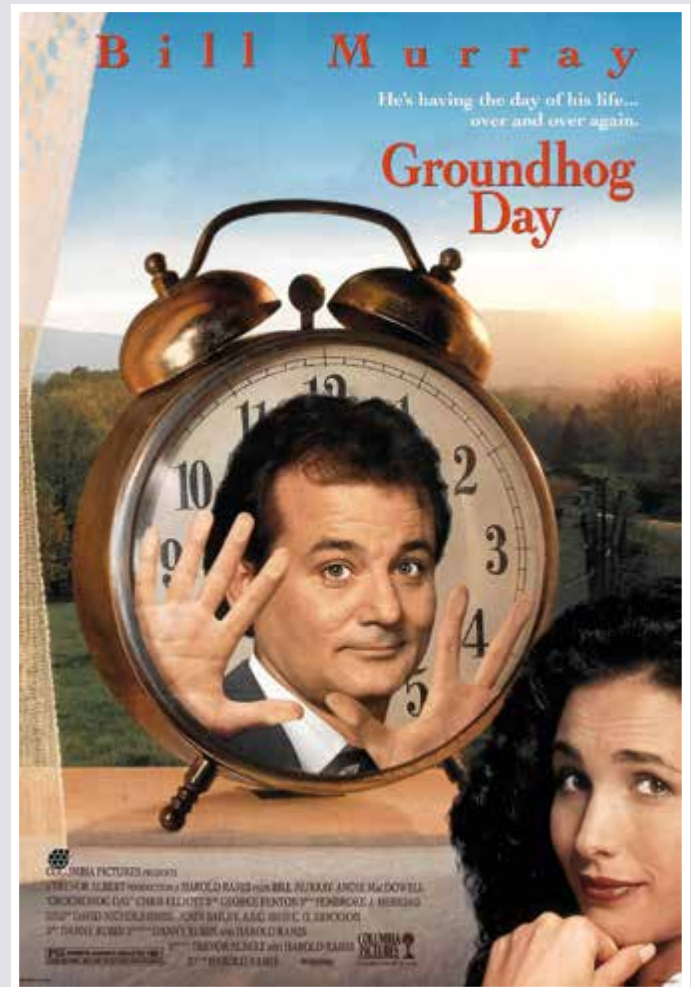
Ese mismo fenómeno, visto desde el lado opuesto, desde el envés del tapiz, lo expresa David Fincher en *El Club de la Lucha*. En el inicio de esta película, mediante un travelling, los títulos de crédito del film son visualizados en el interior del cerebro del protagonista, quien está al borde de la rotura psíquica: palabras, nombres propios que, nada más aparecer, una y otra vez se deshacen, disolviéndose en pequeñas nebulosas que se extinguen casi inmediatamente. En uno de los casos todo se repite. En uno todo tiene la rigidez de la muerte. En el otro nada tiene el conatus de la vida, la persistencia de ser. Como el sabio José Mota dice, las paralelas se juntan en el infinito por *terquería*. La vida es «*terquería*».

La situación se desarrolla en el terreno de la psicosis, donde se vive una suerte de incapacidad de integración. Mediante la repetición el psicótico trata de compensar e integrar para encontrar la unidad que anhela. La *unidad* que no es proliferación de copias o simulacros.

El simulacro y la copia son el síntoma de la mala empresa y de la persona fallida. Hay empresas con insomnio, en la que se vive una des-realización: Cuando se padece insomnio nada parece real. Las cosas se distancian. Todo parece la copia de una copia de otra copia. Las ofertas fallidas son copias de ofertas fallidas, las quejas son copias de otras quejas; fotocopias de fracasos y fotocopiadoras de procedimientos; empleados alienados. *El fracaso es el no poder despertar por vivir en el insomnio*.

EMPRESAS FANTÁSTICAS, EMPRESAS FANTASMALES, EMPRESAS FANTASIOSAS

Todas las personas tenemos puntos ciegos, zonas de la experiencia personal que tendemos a rellenar con fantasmas o con



fantasías. Le invitamos a pensar en la diferencia entre una narración fantasmagórica y una fantasía. Cuando subimos a un avión para viajar a París y la tripulación nos ilustra sobre la forma en que, caso de accidente, deberemos, después de habernos puesto las máscaras de oxígeno, colocarnos el salvavidas y salir ordenadamente del avión que, a su vez, deberá flotar, no se sabe dónde, mientras las sonrientes azafatas ayudan a los mayores de edad, se está escenificando una narración fantasmagórica, que tapa un horror.

Hay empresas o gerentes que cuando explican las proyecciones de venta para el próximo año narran una *fantasmada*, que es tal no por ser exagerada, sino porque sólo pretende exorcizar el terror.

Un enfoque distinto es el del *fantasioso*, no fantasma, que imagina su propia muerte y piensa en la inconsolable pena de su pareja o que fantasea con abandonar la empresa y luego ver a su jefe tirándose de los pelos, cuando el fantasioso, después de crear su propia empresa, nade en riqueza y abundancia. Al fantasear está realizando la satisfacción alucinatoria de un deseo, situándose en un punto de vista imposible como el de ver padecer a su pareja después de estar él muerto o el de haber sido, en el pasado, dueño de la multinacional para castigar como se merecía al bellaco de su jefe. Ello.

Para ser fantástico hay que evitar ser fantasmal y ser fantasioso. Sobre todo fantasioso, pues el fantasioso protege con su neurosis su contradicción en vez de resolverla, como logra el ambicioso.

PIENSE EN USTED. RELATOS, PELÍCULAS Y FANTASÍAS

Volvamos a Buñuel para aprender de él. Vacía el mundo de toda lógica, como luego hizo Ramis para que sus objetos, sus personajes, no puedan remitir más que a su presencia misma. Se convierten en un no-salir-de-ahí.

Para ello rompe las relaciones, hasta las más básicas, las que les unen con el transcurso inexorable del tiempo. Deconstruyendo los códigos más básicos se apunta con más precisión al objeto en sí, al objeto desnudo y libre de deformaciones y tensiones externas.

Piense, como ejemplo, en que tiene que establecer los precios de una oferta de asistencia técnica o entregar el proyecto de un puente, o piense en un ejemplo de su actividad. Ofrece algo para que algo cambie, para que exista una nueva realidad. Para construir la realidad nueva la pregunta no es: ¿Oferto un 16% por debajo de la licitación o un 18%?, ¿ofrezco A o B?, ¿le ofrezco estudiar en Boston o en Milán para que no se haga alpinista?

El primer momento debe consistir en aislar el problema de sus relaciones con otras posibilidades, ofertas, nuestros condicionantes, para ver el producto en su desnudez. Con la visión del *epoché*. Para ver lo que permanece constante mientras lo demás varía, mientras cambia el precio o cambia el campus. Porque lo que no cambia, es lo que es.

En un segundo momento hay que pensar con *visión surrealista*, con función distorsionadora y onírica, que magnifique y aisle interrelaciones para crear un discurso que despierte nuevas posibilidades.

En el tercer momento, ahora sí, hay que *crear* una fantasía.

Para crear, necesita crear previamente una fantasía y comprender qué hay debajo de las que le cuentan los demás, sus clientes o su familia.

Las fantasías satisfacen los deseos de forma alucinatoria. Un ejemplo es la de aquellos que, sometidos a dieta, hablan eternamente de sutilezas gastronómicas. Sustituyen el placer, el de la comida y la bebida por el goce (*jouissance*) de aparecer ante los demás ayunadores, además de flacos, refinados, viajeros, memoriosos y eruditos.

En el análisis de una fantasía, todos las tenemos, la cuestión importante no es el mecanismo por el que sustituimos un goce por una satisfacción alucinatoria, las erudiciones mientras se come brécol, sino por qué encontramos el goce en eso concreto y no en el trastorno bulímico o en retiro monacal.

Cuando sustituimos los placeres, cada uno los suyos, por el goce alucinatorio del coche de empresa de ciertas características o para ser uno de los organizadores con derecho a *selfie* de la carrera a la pata coja por parejas para la protección de los periquitos, o en correr de madrugada bajo la lluvia en el asfalto, o en emplear una hora al día en mantener actualizado Facebook y responder a tonterías, la pregunta importante no es si eso tiene sentido o no, pues siempre lo tiene -lo explicaron Freud y Lacan-, sino cuál es la contradicción que tapa en nosotros y, si somos ambiciosos, cuál es la contradicción que tapa en los demás.

Su cliente tapa su contradicción con una narración que es su petición y usted tiene que crear una satisfacción, que casi nunca consiste en hacer sólo lo que narra, sino que debe ir acompañada de una narración que reorganice su goce y el de su empresa en una sola unidad.

EL CREADOR SURREALISTA

Una vez intuida la contradicción hay que actuar. Buñuel mediante la yuxtaposición de objetos, sirviéndose del montaje especialmente, crea *nuevos universos* que resultan sorprendentes por ser desplazada la función asociativa originaria de los elementos implicados. Ésta es la esencia del surrealismo: desplazamiento de cadenas de significados.

Cada uno de nosotros debe estudiar cómo desplazar sus cadenas de significados. Solo así surgirá una nueva realidad, creación compartida con la persistencia de la existencia.

El proceso de creación tiene los siguientes pasos:

El primero es instalarse en la posición de observador eterno, en la conciencia de ser testigo. Es el paso que inicia la vida de la innovación. Nos tenemos que ver repitiéndonos para poder salir de ahí. El locutor del tiempo queda alucinado al comprobar que él se ha vuelto a despertar el día de la marmota.

El segundo paso consiste, así lo enseñó Nietzsche en creer, en el Eterno Retorno. Debe apreciar el locutor del tiempo que por más que haga, que se suicide, que se arroje al tren, retorna. Creador. Se tiene que dar cuenta de que habrá un mañana en el que podrás decidir, otra vez. ¡Seguro!

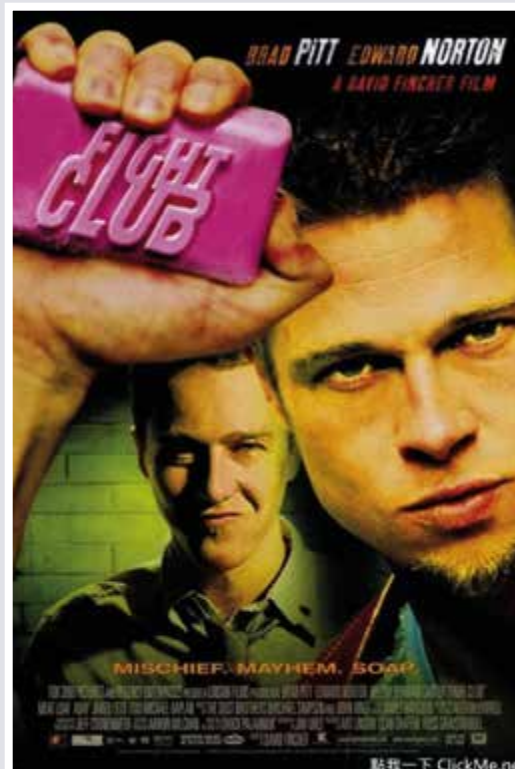
El tercero es la conciencia de la diferencia. Todo se desvanece. El recuerdo de sus palabras en la memoria de su pareja, el hielo de sus estatuas, la canción que interpretó. Como en *El club de la lucha*, todo desaparece, según llega. No se aferre.

El cuarto. Eterno retorno. El filósofo de Sils Maria, fue mal entendido. No defendió el retorno *de lo mismo*. No afirmó que Napoleón volvería entrar a caballo en Jena para asombro de Fichte. El mundo nunca ha sido ni será igual en dos momentos pues, si lo fuera, así lo comprendió Deleuze, sería imposible el devenir.

El mundo es un Eterno Retorno de la Diferencia, de la posibilidad de elegir.

El mundo le va dar mañana, como a Forrest Gump ¡Otra vez! la posibilidad de elegir. ¡Otra vez! ¡Seguro! Le va a dar la posibilidad de crear.

Si cuando mañana se levante nota que otra vez no puede salir, que está atrapado, que ha retornado lo mismo, piense en el **Eterno Retorno**, el de la posibilidad de crear, el de la posibilidad de elegir.



AUSAPE continúa su actividad solidaria donando parte de la recaudación del Fórum

Apoyamos a APASCIDE, la Asociación de Padres y Amigos de Sordociegos de Aragón

Parte de la recaudación obtenida por las inscripciones a la XII Fórum AUSAPE se entregará este año a APASCIDE Aragón, la Asociación de Padres y Amigos de Sordociegos de esta región. Entrevistamos a su Presidenta y, con ella, profundizamos en la problemática de los afectados y sus familiares.

La historia de APASCIDE Aragón está muy marcada por la trayectoria vital de María Jesus Morales Ullate, su Presidenta. Todo comenzó en 1986, hace 30 años, cuando nace Jorge, el séptimo de sus ocho hijos. Un precioso bebé prematuro. La negligente asistencia médica neonatal da como resultado un bebé SORDOCIEGO. Todo es muy complicado, se le oculta la verdad; sale del hospital con su hijo, sin saber que no ve ni oye, pero poco a poco va descubriendo esta dura realidad.

“Cuando una descubre que su hijo es sordociego es como que ‘el cielo se rompe’, empiezan a surgir preguntas: ¿por qué a mí?, ¿qué hacer?, ¿dónde ir?, ¿hay más casos?, pero no hay respuestas. Entonces te respondes con dolor, porque tú también eres sorda y ciega, al igual que lo son los profesionales y el gobierno. ¿Quién está preparado para esto? Estamos organizados para la normalidad, pero no para afrontar retos de este tipo”, explica.

¿Cuál es su problemática real de un sordociego?

Los sordociegos constituyen uno de los universos más complejos y diversos en el mundo de la discapacidad. Su problemática depende mucho del tipo de sordoceguera y momento de aparición. El sordociego congénito ha de construir un mundo en la oscuridad y el silencio. El sordociego adquirido ha de aceptar y reconstruir un mundo ya conocido. En general, pocos sordociegos son totalmente sordos o ciegos: la mayoría tiene algún resto útil de audición y/o visión. Además, el 90% de los sordociegos presentan discapacidades adicionales, como trastornos de conducta, de desarrollo, enfermedades y/o discapacidades motoras. Unos pocos obtienen formación académica, otros necesitan un abordaje más funcional... Hay que soñar con la persona completa, descubrir y conseguir sacar todo su potencial.

¿Cuáles son sus principales necesidades?

Hace muchos años un autor norteamericano dijo que cuando conoció la sordoceguera en EE.UU., sus afectados eran masas huma-



nas enloquecidas debido al desconocimiento y atención específica. Es urgente actuar desde el primer momento con el soporte de mediación y estimulación temprana y post-temprana. Su aprendizaje es durante toda su vida.

El 97 % de la información con la que funcionamos cada día nos entra por ojos y oídos. Por tanto, ser sordociego dificulta el desarrollo personal: interpretación del entorno, capacidad de relacionarse, habilidades de aprendizaje y autonomía personal.

La comunicación es clave en su entorno con la imprescindible figura del mediador y su lenguaje de signos apoyado. En caso de sordoceguera congénita total el ratio es 1/1. Esto implica un coste muy elevado, que para las familias supone costes inviables.

¿Cómo tiene que ser ese mediador?

Ha de ver al sordociego como un igual, ser instrumento facilitador de lo que le falta; es sus ojos y oídos. Tiene que salir de sí mismo al encuentro del otro, sin prejuicios, con entrega y pasión, tenien-



do muy claro que él puede y sus conquistas dependen de que él lo crea. Es un reto encontrar esta figura tan esencial.

¿Qué porcentaje de la población está afectado por la sordoceguera?

Se estima 40/100.000 habitantes, en países europeos. En España no hay censo oficial.

Háblenos de APASCIDE Aragón. ¿Qué es, cuándo y por qué se creó?

Es la Asociación de Padres y Amigos de Sordociegos de Aragón. En 1991, en mi casa, nace la primera asociación APASCIDE a nivel nacional y, en 1996, como consecuencia de las transferencias a las comunidades autónomas, constituimos APASCIDE Aragón para ser operativos y acogernos a las ayudas autonómicas. Así comienza su trayectoria, siendo referencia para otras comunidades. Nuestros inicios fueron de la nada, en un bajo prestado por caridad, que llenamos de proyectos y alegría. Era nuestra casa.

Posteriormente formamos una federación (FESOCE), que agrupa a asociaciones autonómicas, para unir esfuerzos y lograr una mayor presencia en estamentos oficiales e internacionales: Dbi (Red Mundial de Sordoceguera) y EDbN (Red Europea de Sordoceguera). Conocer la realidad internacional ha sido esencial para el conocimiento, así como su presencia profesional en foros de formación cuando ha sido necesario.

¿Cuáles son sus principales fines?

Acoger a familias afectadas y facilitarles recursos a los padres y a sus hijos. Trabajamos por la detección, asistencia, rehabilitación y sensibilización social respecto a esta discapacidad, y también formamos profesionales para la mediación en sordoceguera.

La Asociación es la casa que acoge a los padres y a sus hijos. Vienen desorientados, cansados, sin esperanza ni futuro para sus hijos. Desconocen lo que ellos pueden hacer y esto les lleva a una gran frustración. Juntos podemos llorar porque compartimos el mismo dolor; acompañamos su duelo. Es necesario ayudar a enterrar ese hijo que esperábamos y acoger al hijo sordociego que tenemos.

Háblenos de la base de su trabajo.

Las familias son nuestro primer objetivo. Tenemos que hablarles hasta la saciedad, convencerlos, de que ellos y nosotros, ¡podemos! Hay que descubrirles que las limitaciones de nuestros hijos son los límites que nosotros tengamos, porque nadie puede imaginar lo que ellos pueden conseguir, de lo que son capaces. ¡Ellos PUEDEN!, pueden mucho más de lo que imaginamos. Nos empujan a sacar lo mejor de nosotros mismos, el coraje, la fortaleza, la esperanza. Los padres tenemos la obligación de creer en ellos, hemos de ser el motor que mueva a los demás.

Les ayudamos a encontrar respuestas en cuestiones sociales, médicas, intervenciones terapéuticas y educativas. A menudo oímos muchos NOES, a nosotros nos toca poner los SIES.

¿Se sienten apoyados por la sociedad?

Hoy existe un gran desconocimiento social e institucional; necesitamos darle visibilidad. No obstante, siempre hay ángeles en el camino, personas que nos tienden la mano, como AUSAPE ahora. Nos ayudan y se ayudan, haciéndoles salir de sí mismos y valorar lo que tienen.



Queda mucho por hacer, ya que estamos muy lejos de cubrir las necesidades y a años luz de otros países vecinos o lejanos.

¿Con qué recursos cuentan?

APASCIDE se financia con ingresos por subvenciones públicas y por la generosidad de las donaciones privadas. En este sentido, estamos muy agradecidos a las madres Carmelitas, que nos acogen dando techo a nuestra sede; a la Fundación Carramiñana con el piso de acogida, al Ayuntamiento de Zaragoza, propietario de nuestro CRSCSJ (Centro de Recursos para la Sordoceguera San Jorge); al Ministerio de Asuntos Sociales, al Gobierno de Aragón, DPZ, Cajas de Ahorro, y a las empresas y amigos de las personas sordociegas.

Aun así, vivimos al día, con lo que la vida nos trae.

¿Con qué recursos asistenciales cuentan?

En este ámbito estamos contentos y esperanzados. En 2013 fundamos el primer centro de día, de referencia en España, el CRSCSJ, que nos ayuda en toda la etapa vital de nuestros hijos, comenzando con atención temprana vamos cubriendo sus distintas necesidades. Cuenta con sala de estimulación sensorial, zona de psicomotricidad, hidroterapia, cocina, taller de manualidades, sala reuniones, despachos, etc... El objetivo fundamental es darles comunicación, estimulación a lo largo de toda su vida. De no ser así hay un retroceso que los lleva a la situación en que los encontramos.

Por otro lado, también cubrimos asistencia domiciliar y damos apoyo residencial.

En este momento tenemos una necesidad muy importante de cara al sordociego adulto: un centro residencial para Aragón. En Andalucía hay uno con 17 usuarios, pero no hay ninguno más en el resto de España. Los padres necesitamos tener la tranquilidad de saber que, cuando no podamos ocuparnos de nuestros hijos, tendremos un recurso adaptado para su asistencia. Desde hace años esto es realidad en algunos países.



Logros de Jorge (sordociego 100% congénito)

Durante su infancia sólo comprendía una relación de palabras básicas en lengua de signos. Tras un implante coclear a los 15 años y su rehabilitación, consiguió cinco años después ampliar el conjunto de palabras signadas que comprendía e iniciar su expresión en lengua de signos. A los 30 años expresó verbalmente su primera palabra, "mamá".



Experiencias con la música

La música es una expresión del alma, una comunicación universal que los seres humanos utilizamos para expresar las emociones sin palabras. Y en esa musicalidad Jorge se siente vivo, se mueve y expresa sentimientos que de otra forma no podría.

Experiencias con el agua

En la piscina, su mediadora explica que "nadamos mínimo 1.000 m. (40 largos, en una piscina de 25 m). Es impresionante, nada crol, espalda, realiza virajes correctamente en la pared y ejercicios de técnica. Es digno de admiración ver cómo se esfuerza, cómo lucha contra las sensaciones de pereza, cansancio... Algunos días en los que él está especialmente conectado, si tú propusieses llegar al fin del mundo, Jorge llegaría por ti, contigo, por los dos. No sólo tú le das experiencias a él, sino que él hace que sean completas, que valga más la pena realizarlas".

Es clave que Jorge sienta que no está solo y que su familia y mediadores le acompañan en el camino de la vida.



Ana Marzo Portera
Marzo & Abogados

Marzo & Abogados
DERECHO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Cambios normativos y Pymes

En los últimos tiempos, muchas instituciones trabajan sobre la necesidad de fomentar el desarrollo y mejora de la competitividad de las Pymes, que son motor de la economía de nuestro país y que tienen que abordar los retos de la transformación digital.

También muchas empresas privadas trabajan para obtener soluciones, ideas y contenidos especializados para las Pymes, que se materializan en plataformas 360° que incluyen las herramientas necesarias para afrontar los retos de la transformación digital, entendida ésta como el proceso necesario de gestión de la Pyme que orienta su estrategia, cultura, procesos y capacidades para canalizar las oportunidades generadas por la nueva economía digital y convertirlas en negocio o, simplemente, para adaptarse a cambios normativos y legales de obligado cumplimiento.

No hay que perder de vista en todo caso que, para este tipo de empresas, estas aplicaciones a veces también son la solución

para trabajar desde cualquier lugar y cualquier dispositivo, reduciendo costes y mejorando la eficiencia.

Hoy en día, se organizan multitud de eventos para las Pymes, diseñados para que sus gerentes y directivos puedan abordar su transformación, profundizando en las buenas prácticas y accediendo a información útil para su gestión económico-financiera, la mejora de su comunicación y la forma en la que se acercan a sus clientes, la aproximación al mundo de la exportación, la mejora de su rendimiento comercial y la optimización de la gestión de las personas que componen su plantilla.

Y no es para menos. La transformación digital no es sólo una alternativa para las Pymes sino que, con carácter obligatorio en



sus relaciones con la Administración, se ven obligadas cada vez con más frecuencia a utilizar exclusivamente medios electrónicos. En este sentido, la incorporación de Internet en el ámbito de lo público ha supuesto innumerables ventajas y también un gran cambio social y económico fundamentalmente en la forma en que tanto ciudadanos como empresas hoy deben relacionarse con la Administración y, aunque la implantación de Internet y las nuevas tecnologías ha tropezado con algunas incertidumbres jurídicas, estas progresivamente han sido aclaradas tanto por el legislador como por los tribunales y otros reguladores mediante el establecimiento de un marco jurídico adecuado, que va generando en todos los actores intervinientes la confianza necesaria para el empleo de este medio.

No obstante, este “marco jurídico adecuado” cada vez es más grande y complejo, así como cambiante. Esto quizás conlleva una recomendación obligada para cualquier empresa y, por tanto, también para cualquier Pyme: la elaboración de un “código tecnológico”.

Dicho código sirve para “autorregularse” y como sistema de ayuda no sólo para la toma de decisiones, sino también para establecer el marco normativo cuyo cumplimiento debe garantizar la Pyme para poner a salvo el negocio en materia de riesgos legales o, dicho de otro modo, protegerse de los riesgos derivados de los incumplimientos legales. La Pyme tiene que ser consciente de que no cumplir la normativa aplicable en cada caso, no sólo se entenderá como una infracción, sino también como una “mala práctica” en un momento en que la sociedad, las instituciones y los regula-

dores están demandando más responsabilidad, mejor gobernanza y una mayor transparencia, de manera transversal, en todas las actividades que lleve a cabo cualquier organización, incluidas las Pymes.

Para las Pymes “crecer” no es únicamente una cuestión estratégica; también debe significar “invertir” e incrementar sus recursos y sus vías de desarrollo, sin desatender las cuestiones normativas.

Así también lo ha entendido, por ejemplo, la Agencia Española de Protección de Datos que, en su Plan Estratégico 2015-2019, tiene previsto establecer un canal específico dirigido a las Pymes y micropymes, que incluya un programa para desarrollar distintas iniciativas de apoyo para ellas en materia de protección de datos y privacidad.

Las pequeñas y medianas empresas, por tanto, deben empezar a mostrar su interés en procurar el cumplimiento del conjunto de normas de diversa naturaleza que son aplicables a su actividad, y a definir su propio código interno y políticas para ello, con el fin de evitar los incumplimientos legales, introduciendo en su gestión la llamada “cultura del control del riesgo”.

Para llevarlo a cabo, deberán tener en cuenta su propia “Agenda Digital” para sacar el máximo provecho a las tecnologías y para adaptarse a los cambios que el mercado exige y a los que las leyes establecen. Todo ello sin olvidar que la creación de unas condiciones adecuadas y equitativas para que las redes y servicios digitales “prosperen y hagan prosperar” a las Pymes, tendrá que contemplar la evaluación del impacto normativo correspondientes.

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.

NUESTROS ASOCIADOS



INFORMACIÓN PERSONAL

- **Lugar de nacimiento:** Barcelona.
- **Aficiones en su tiempo libre:** Pasear, leer, viajar...
- **Restaurante a recomendar:** L'Oucomballa en pleno Born, muy cerca de Santa María del Mar y del Museo Picasso. Pequeño y acogedor, la comida es exquisita y el trato de Teresa, la dueña, excepcional. Ideal para una cena romántica. Muy recomendable también dejarse perder por los callejones del Born llenos de historia y de vida.
- **Escritor preferido:** Tengo varios y de temática variada, pues me gusta mucho la lectura. Quizás destacaría las obras de George Orwell por su visión crítica de los regímenes totalitarios. Cualquiera de sus novelas me parece interesante y visionaria.

Aina Hidalgo

Aina Hidalgo asumió el cargo de CTO de Nostrum, marca de Home Meal Replacement, en mayo de 2013. Se incorporó para liderar una iniciativa estratégica: migrar la organización a un modelo cloud, tanto a nivel de infraestructuras como de procesos e información. Su equipo se ocupa de dar soporte a las oficinas, tiendas y planta.

¿Que soluciones SAP utiliza la compañía y desde cuándo?

Llevamos trabajando con SAP desde el año 2006. Fuimos la primera empresa a nivel español con una instalación Linux y MaxDb. Con mi incorporación llevamos a cabo un proceso de transformación consistente en migrar la base de datos y cambiar el sistema operativo a Microsoft, además de externalizar el servicio, lo que nos ha permitido poder soportar sin muchas dificultades el proceso de expansión del negocio.

Tenemos operativos los módulos transaccionales de FI-CO, AM, SD, MM, PP-PI, PM y QM, además de una parte del módulo sectorial de Retail.

¿Qué motivó la elección de SAP por parte de su compañía?

En la decisión de tomar SAP como solución para el negocio se tuvo en cuenta básicamente el proyecto de futuro que tenía nuestra empresa. Se buscaba una solución a largo plazo, que fuera robusta y que pudiera absorber el crecimiento de la compañía, tanto a nivel nacional como internacional.

Háblenos de su experiencia con SAP. ¿Qué objetivos se perseguían?

Como empresa de Retail especializada en productos frescos, nuestros retos son muy exigentes y necesitamos tener un ERP

sólido que nos permita modelar nuestros procesos de negocio de una forma consistente e integrada. A día de hoy, con más de 130 puntos de venta e inmersos en un plan de expansión a nivel europeo, podemos decir que fue una decisión plenamente acertada y con proyección de futuro.

Todas las soluciones que hemos ido implantando con SAP a lo largo de estos años han tenido un denominador común: proporcionar eficiencia en nuestros procesos de negocio, tanto a nivel de costes como en resultados, sin perder control e integridad en los datos.

Además, nos permite disponer de un sistema que nos ofrece la trazabilidad completa de todo el ciclo productivo y logístico.

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

Tener un sistema integrado y robusto como SAP nos ha permitido, por ejemplo, internalizar procesos que teníamos subcontratados, como el picking y el transporte, lo que ha supuesto una mejora de los costes y resultados operativos.

Hemos ganado también fiabilidad en el suministro y hemos acortado el horizonte entre la producción y el abastecimiento de las tiendas. También ha facilitado que pudiésemos escalar organizativamente nuestro negocio, independientemente de

la estrategia de crecimiento escogida por la compañía en cada situación.

¿Qué retos afronta el departamento de IT de su empresa en 2016 y qué proyectos tecnológicos van a priorizar?

Para el ejercicio actual nuestros retos son potenciar el uso de la información a partir del IoT y transformar el proceso productivo mediante el uso de dispositivos móviles.

Nuestra estrategia actual es aplicar la movilidad en todos aquellos procesos que podamos para aportar eficiencia y obtener así una disponibilidad total de la información lo más actualizada posible.

De cara al próximo año, queremos abordar la migración a SAP HANA. Creemos que nos puede aportar mucho a la hora de facilitarnos mayor capacidad de cálculo en nuestros procesos diarios.

Nuestro reto principal pasa siempre por tener todos nuestros puntos de venta (actualmente más de 130) diariamente bien abastecidos con productos frescos de corta caducidad. Esto significa tener los stocks de las tiendas en tiempo real, un



sistema automático de provisionamiento basado en pronósticos y una buena planificación de la producción.

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

Nuestra incorporación a AUSAPE es muy reciente, pero vemos claramente que nos permite estar al día de las novedades y la posibilidad de poder intercambiar experiencias y conocimientos.

DE UN VISTAZO

Empresa: Nostrum (Home Meal Replacement, S.A.)

Localización: Tiendas en Barcelona, Madrid, Bilbao, Valencia, Zaragoza, Palma de Mallorca, San Sebastián, Andorra, Francia.

Sector: Alimentación

Facturación: 24,3 millones de euros

Empleados: 230

Web site: www.nostrum.eu



Nostrum es la marca registrada de la compañía Home Meal Replacement, que lleva operando en el sector de las comidas preparadas durante más de 16 años, desde que abrió su primer establecimiento, situado en la calle Llúria de Barcelona.

Con el tiempo, Nostrum ha evolucionado como concepto y se ha consolidado como marca. Actualmente cuenta con más de 140 tiendas-restaurantes en España y Francia y tiene un potente plan de crecimiento y expansión. Durante el último año, ha dado un salto internacional a Francia y también ha

innovado y diversificado su catálogo de productos, sacando al mercado nuevas gamas de producto como Nostrum WOK, Nostrum Health, Nostrum Excellent y One Pot.

Su secreto se basa en un flexible modelo de suministro, que le permite ofrecer productos caseros 100% naturales y equilibrados. En su portfolio se encuentran más de 100 referencias de platos preparados.

Otro de los grandes activos de la compañía es su FANs Club, una red de clientes registrados que tiene más de 700.000 miembros.

Miquel Lladó

Lecturer del departamento de Dirección Estratégica del IESE y ex CEO de Bimbo



Va de quitarse los *Blinders*, va de *Blinders off!*



Cuando estuve con PepsiCo en Estados Unidos realizando funciones de vendedor de ruta, me sorprendió saber de la figura del *Blinders Off Manager*, posición creada para dar apoyo a los vendedores cara a encontrar oportunidades de mayor venta en cada establecimiento. Existen cantidad de oportunidades que no vemos por estar muy metidos en el día a día en la labor específica que tenemos que realizar en ese momento. El *Blinders off Manager* te ayudaba a localizar mejores posiciones para los productos en la tienda, para exponerlos en puntos de mayor tráfico de clientes, colocarlos cerca de productos complementarios para así potenciar la venta cruzada y alertarnos de un cambio de diseño en el establecimiento que favorecía más a unas zonas que otras. Cosas que el día a día y el excesivo foco no te permiten ver lo que nos lleva a perder cantidad de oportunidades. Se trata de trabajar con más inteligencia, no tan solo más duro y más rápido. Estar muy atentos a esa oportunidad para aprovecharla los primeros. Va de quitarnos los *Blinders*.

Lo mismo aplica a la estrategia de las compañías. Se trata de abrir los ojos, de ver más, de encontrar oportunidades donde los demás ni las ven, de apeteceerte buscarlas, de apasionarte. Lo que permite marcar diferencias, esas diferencias que te harán destacar y ganar.

Estamos en un entorno volátil, incierto, complejo y ambiguo, muy oportunamente descrito por el término anglosajón VUCA, acrónimo de *volatile, uncertain, complex* y *ambiguous*. Se trata de ganar confianza en ese entorno. Es el que nos ha tocado vivir y en el que tenemos que ser capaces de ganar. No se trata de esperar a que el entorno cambie a nuestro favor. Por lo tanto hay que ir a por él, entenderlo, aceptar y ganar confianza en el mismo. Ver lo mejor que podemos sacar de él. Con los ojos bien abiertos sin *Blinders*. Querer gestionarlo, no evitarlo. Como en el fútbol, se trata de pedir el balón no de evitarlo. Si juegas al fútbol tienes que jugar el balón, pedirlo, buscarlo, jugarlo, recibirlo, pasarlo, pensar rápido, prever la reacción del contrario, posicionarte respecto a ese rival. Pensar rápido, anticiparte, tener la habilidad y práctica en jugar, moverte para jugarlo y desprenderte de ese balón cuando no estás en la mejor posición para jugarlo.

Lo mismo aplica en el mundo de los negocios, en la estrategia. Buscamos conseguir que las cosas pasen y que lo hagan a nuestro favor. Al final, éste es el verdadero poder, hacer que las cosas pasen, no que te pasen. Tener el control. Para ello tenemos que entender ese entorno, apetecernos estar en él. Encontrar las oportunidades que existen y que esperan a que las veamos para aprovecharlas a nuestro favor, antes de que otros las detecten. Va de quitarse los *Blinders*, va de *Blinders off!*



Making HR Work Better

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

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

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

commerce

marketing

mobile

internet
of
things

cloud

digital
workplace

big data &
analytics

make it digital

Define tu **estrategia de transformación digital**, para ganar **competitividad**

 seidor te lo pone fácil

Contáctanos
digital@seidor.es

Solicita un **diagnóstico de digitalización de tu empresa gratuito**,
contactando con Seidor Digital hasta el 15 de julio



blog.seidor.com

www.seidor.es