

# AUSAPE

ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE SAP ESPAÑA

Nº 45. Octubre 2016

## II Jornada de Coordinadores y Delegados

Un entorno privilegiado para planificar las acciones de  
AUSAPE para 2017



EN ESTE NÚMERO

**Sergi Gistàs**  
CIO de **ESTEVE**

### Grupos a Fondo

Estrenamos sección, con HR Madrid y Barcelona

### Cientes de referencia SAP

FCC Servicios Ciudadanos nos cuenta su experiencia con SAP BW



# Tecnocom

## Líder en Soluciones y Servicios TIC

Tecnocom, multinacional española con presencia directa en 8 países y la tercera compañía del sector TIC en España, es partner de SAP desde hace más de 20 años, durante los cuales ha diseñado e implantado proyectos en más de 100 clientes. Cuenta con un equipo formado por 600 consultores altamente cualificados en gestión, consultoría y desarrollo de soluciones SAP.

### MÁXIMA CALIDAD EN CADA PROYECTO:

- Miembro de Executive Council SAP EMEA.
- Certificación Partner Center of Expertise PCoE.
- Soluciones certificadas RDS.
- Especialistas en proyectos de transformación.
- Capacidad para ejecutar proyectos internacionales.
- Experiencia contrastada en soluciones de innovación (HANA, Cloud, etc...).



Consultoría | Tecnología | Outsourcing  
[www.tecnocom.es](http://www.tecnocom.es)

Para más información póngase en contacto con nosotros en [info@tecnocom.es](mailto: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  
Sergio Gistàs

## Revista AUSAPE

### Dirección:

Junta Directiva AUSAPE

### Colaboradores:

Roberto Calvo  
Mercedes Aparicio  
Rita Veiga  
Jesús Álvarez  
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

Advantia

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.



### Jordi Castells

Miembro de la Junta Directiva en representación de Bodegas Torres y responsable de la Vocalía de Grupos de Trabajo y Delegaciones.

# Último trimestre: la hora de actuar y planificar

Estimado Asociado,

Tras el descanso vacacional que muchos de nosotros hemos disfrutado, ha llegado el momento de encarar el último tramo del año. Son meses en los que todos tratamos de cerrar los proyectos prioritarios en los que hemos venido trabajando y también es el momento de planificar aquellas iniciativas que serán clave para nuestras compañías a lo largo de 2017.

Y lo mismo ocurre en AUSAPE. Estamos llevando a cabo actividades a las que hemos dedicado mucho esfuerzo para poner en marcha y, al mismo tiempo, nuestra vista está puesta en 2017, con el objetivo siempre en mente de contribuir al crecimiento y la competitividad de las empresas asociadas fomentando un entorno de colaboración.

En este sentido, septiembre ha sido el punto de partida para nuevas actividades, entre ellas (como veréis en el interior de la revista) las visitas al Centro de Soporte SAP de Madrid por parte de los Asociados. De momento, lo han visitado personal de compañías de la Zona Norte (Asturias, La Rioja y País Vasco) y de Cataluña y Aragón, y a ellos les seguirán miembros de las empresas de Levante, Murcia y Baleares, así como de compañías de Andalucía y Canarias.

Otra nueva actividad que se ha puesto en marcha en octubre y de la que tenéis información en nuestra web, son los SAP Day, una iniciativa conjunta de AUSAPE y SAP para trasladar a las empresas asociadas, ubicadas fuera de Madrid y Barcelona, una visión lo más amplia posible de las soluciones de la compañía.

También hemos tenido tiempo para planificar. El pasado 27 de septiembre tuvo lugar la II Jornada AUSAPE de Coordinadores y Delegados, un evento que sirvió para la puesta en común de inquietudes y la planificación de actividades para el próximo año. Un evento clave para la Asociación dado el papel dinamizador que tienen los Grupos de Trabajo y Delegaciones a la hora de vertebrar nuestras actividades. De ello hay un amplio resumen en las primeras páginas de esta revista.

En su interior encontraréis mucha más información, novedades, un buen número de entrevistas y nuevas secciones, con un claro protagonismo de los casos de éxito de referencia SAP y de los Grupos de Trabajo y Delegaciones. Os recomendamos que no os perdáis nada de este número.

*¡Disfrutad de la revista!*



## 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](http://www.virusdelamente.blogspot.com) y [www.linkedin.com/home](http://www.linkedin.com/home)

### IGNACIO GONZÁLEZ GARCÍA

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

### ANA MARZO

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



DESTACAMOS A ...	03
NOTICIAS	04
NUESTROS CIOS OPINAN	10
Sergi Gistàs, Director de IT de Grupo ESTEVE	
ENTREVISTA	14
Jorge Pérez, Director de Business Analytics & Insights de SAP España	
Xavier Rovira, socio responsable de la unidad SAP & Enterprise Solutions para everis en Europa	
Yon Andoni Aranzamendi Ercilla, Director General de i3S	
Javier Blanco, Director Comercial y de Marketing de altim	
AUSAPE GLOBAL / GLOBAL AUSAPE	26
William Khalil, Presidente de / <i>Chairman of</i> SUGEN y miembro de la Junta / <i>and Board Member of</i> SUGMENA	
Chris Crone, Vicepresidenta Ejecutiva de Comunidades y Relaciones Estratégicas / <i>SVP Strategic Communities and Relationships of</i> ASUG America (Grupo de Usuarios de SAP en EE.UU / <i>America's SAP User Group</i> )	
CLIENTES DE REFERENCIA SAP	36
Cómo explota FCC Servicios Ciudadanos las capacidades de SAP BW powered by SAP HANA	
CASO DE ÉXITO	38
Optimización de la tesorería en Meliá Hotels International	
Ferran Latorre y Seidor llevan Internet of Things a más de 8.000 metros de altura	
Iberdrola Ingeniería: la simplificación como palanca de evolución hacia la mejora de la experiencia de usuario	
EN PROFUNDIDAD	44
Conecta, transforma y reimagina con Internet of Things	
IoT, la nueva manera de hacer las cosas	
La clave para acelerar con éxito la adopción de Internet of Things en tu empresa	
Externalización de la gestión de la nómina: de la industrialización al servicio a la carta	
SAP SuccessFactors Managed Payroll, el futuro de la Gestión de la Nómina en la Nube	
El contexto del consumidor en el centro de todas las miradas	
Combatiendo la complejidad	
GRUPOS A FONDO	58
Los Grupos de Recursos Humanos de Madrid y Barcelona, una trayectoria de éxito	
EL VIRUS DE LA MENTE	62
Guardianes de Disonancias	
RINCÓN LEGAL	64
El reto de Internet de las Cosas	
LA TRASTIENDA	66
Luis Espartosa Pérez, CIO de Deoleo	
FIRMA INVITADA	68
"La curiosidad mató al gato"	



**NOTICIAS (pág. 04)**

AUSAPE reúne en Madrid a Coordinadores y Delegados para planificar 2017

**NUESTROS CIOs OPINAN (pág. 10)**

Sergi Gistàs  
Director de IT de Grupo ESTEVE



**AUSAPE GLOBAL / GLOBAL AUSAPE (pág. 26)**

William Khalil, Presidente de / *Chairman of* SUGEN y miembro de la Junta / *and Board Member of* SUGMENA



**AUSAPE GLOBAL / GLOBAL AUSAPE (pág. 30)**

Chris Crone, Vicepresidenta Ejecutiva de Comunidades y Relaciones Estratégicas / *SVP Strategic Communities and Relationships of* ASUG America (Grupo de Usuarios de SAP en EE.UU / *America's SAP User Group*)



**LA TRASTIENDA (pág. 66)**

Luis Espartosa Pérez  
CIO de Deoleo

**FIRMA INVITADA (pág 68)**

Javier Zardoya  
Director General de IDE-CESEM



# AUSAPE reúne en Madrid a Coordinadores y Delegados para planificar 2017



Por segundo año consecutivo, la Asociación reunió en Madrid a los Coordinadores de los Grupos de Trabajo y a los Delegados de las diferentes regiones para compartir y perfilar las actividades que se pondrán en marcha a lo largo de 2017. Al mismo tiempo, se valoraron las diferentes acciones llevadas a cabo a lo largo del año como, por ejemplo, las visitas al Centro de Soporte Global SAP de Madrid.

Ésta fue una jornada que estuvo coordinada por Jordi Castells, miembro de la Junta Directiva en representación de Bodegas Torres y responsable de la Vocalía de Grupos de Trabajo y Delegaciones, quien destacó “su rol como dinamizadores de AUSAPE es básico y, por tanto, desde la Asociación tenemos que ayudaros a vosotros, como líderes, a que el trabajo que hacéis fluya para que los Asociados puedan aprovechar al máximo los beneficios que supone esta colaboración conjunta”.

Con el marco del Palacio Real de fondo visto desde el hotel boutique “Jardines de Sabatini”, la sesión sirvió para poner fechas a las reuniones que cada grupo y delegación organizará el próximo año (se podrá consultar esta información en la web), pero también para anticipar las principales actividades que se pondrán en marcha en lo que queda de 2016 y el año completo 2017. Entre ellas destaca la organización de los SAP Day en las Delegaciones

de AUSAPE, una iniciativa conjunta entre SAP y AUSAPE que tiene como objetivo ofrecer a las empresas asociadas de toda España una visión lo más amplia posible sobre las principales soluciones de la compañía. Las fechas también están disponibles en la web.

Además, Coordinadores y Delegados podrán asistir en el primer trimestre de 2017 (21 y 22 de marzo) a una reunión en la sede de SAP en Walldorf, donde se reunirán con sus homólogos de Reino Unido, Holanda, Suecia y Noruega para compartir mejores prácticas y preocupaciones, y también con responsables de desarrollo y estrategia de SAP.

## NUEVOS GRUPOS DE TRABAJO

A los Grupos y Delegaciones que ahora operan, se acaban de unir otros de reciente o nueva creación y, por eso, a esta reunión asistieron los nuevos Coordinadores que son Valentín García (Mantequerías Arias), de Industria 4.0; Jorge Márquez (Puig), del Grupo de SuccessFactors y Joan Carles Puig (Grifols), que liderará el grupo de Movilidad y SAP Fiori, apoyado por Pablo Juncosa (Iberdrola Ingeniería).

También iniciará actividad en breve el Grupo de Sales & Retail, que estará liderado por Mark Schnettler, de Cofares, quien no pudo asistir a la jornada.

Finalmente, AUSAPE ha solicitado la colaboración de los asistentes para diseñar y preparar una encuesta de satisfacción para que las empresas asociadas puedan valorar las soluciones, servicios y la relación con SAP y los servicios que ofrece la propia AUSAPE. Este estudio lo llevará a cabo una consultora externa para establecer una foto fija de la opinión de los miembros en ambos aspectos.

Jordi Castells cerró la reunión recordando a los Coordinadores y Delegados que AUSAPE no sólo apoyará sus actividades con soporte logístico y recursos, sino que la situación financiera saludable de la Asociación permite emprender nuevas iniciativas.

En consecuencia, animó a los participantes a pedir presupuesto para llevarlas a cabo, de forma que sus ideas puedan ser estudiadas por la Junta Directiva.

En esta puesta en común de las inquietudes y la planificación para los próximos meses, Coordinadores y Delegados estuvieron también acompañados por Mónica García Ingelmo, Vicepresidenta de AUSAPE en representación de Orange España, y Óscar Soler, Vocal de Internacional en la Junta Directiva en representación de UCM. Por parte de SAP asistieron Gema Moraleda, interlocutora de SAP en el Grupo de Trabajo de Recursos Humanos, y Eugenio Moya, EAM & PLM Presales Specialist.



## Networking y comida

La jornada concluyó con una comida en el restaurante asturiano Casa Ferreiro, pero antes los asistentes pudieron disfrutar en el propio hotel boutique de una experiencia de *networking* 'viajando' a principios del siglo XX a través de su magnífica colección de vehículos antiguos y clásicos, que se combina con fotografías originales del Madrid de la época.

Un tour guiado por su pequeño museo automovilístico, donde pudieron ver coches antiguos, desde un FORD T de 1915 o un Citroën 5CV, hasta modelos como el Austin Healey Sprite o de la marca Hispano-Suiza, empresa española de automóviles de lujo y competición de principios del siglo pasado.



# Los Asociados de la Zona Norte, Cataluña y Aragón visitan el Centro de Soporte SAP de Madrid



Zona Norte

Empresas de Asturias, País Vasco y La Rioja (agrupadas bajo la denominación Zona Norte) y compañías de Cataluña y Aragón, han visitado en las pasadas semanas el Centro de Soporte SAP de Madrid, una iniciativa conjunta entre AUSAPE y SAP para que las empresas asociadas puedan conocer las diferentes herramientas que SAP pone a su disposición para resolver sus incidencias.

Estas jornadas, que también tienen como objetivo divulgar la forma de trabajo del equipo de soporte y establecer contactos personales con sus miembros, tratan de trasladar a las compañías asociadas de diferentes zonas de España los servicios de la Asociación. De ahí que esta iniciativa cuente con el apoyo financiero de AUSAPE, que sufragará parte de los gastos de viaje de los asistentes, y también de la propia SAP, que colabora con el catering, minimizando el coste para el asociado.

En un formato de mañana el equipo del Global Support Center (GSC) realiza varias presentaciones para ofrecer una visión de las últimas novedades en el área de soporte, con las que se pretenden dotar de mayor autonomía y agilidad al cliente en la resolución de problemas. A continuación, se realiza una visita guiada a las instalaciones del Centro, con la participación de los Managers de las distintas áreas (Tecnología, Financiero, Recursos Humanos, CRM, etc.).

La jornada se completa con una panorámica de cómo interactuar con los profesionales de SAP e informarse de lo que está ocurriendo en esta área a través de las distintas redes sociales (Twitter, Facebook, YouTube y LinkedIn). Y, finalmente, hay una comida informal pensada para generar relaciones entre los distintos asistentes y los miembros del equipo de soporte, que pone el cierre a una reunión que contribuye a intentar “un soporte de personas a personas, no de proveedor a clientes”, como explica Bernhard Luecke, Director del Centro de Soporte SAP en España.

## HERRAMIENTAS DE SOPORTE

Las empresas asociadas reciben un breve briefing sobre cómo moverse en el nuevo SAP One Support Launchpad, que proporciona acceso a los recursos de soporte a través de una única interfaz, diseñada bajo los principios de SAP Fiori, y son informados de las mejoras en las que se está trabajando para facilitar las búsquedas.

También se revisan las herramientas que están a su disposición para agilizar las búsquedas de notas y corrección de errores de forma más automatizada y que pueden servir a los clientes para ser más autónomos en la resolución de problemas. En esta área se revisa la utilidad de herramientas como ANST, PANKS y ST22.

Como novedad, el área de soporte ha introducido Expert Chat que, tras un año en piloto, permite a los clientes contactar con los profesionales de Soporte a través de chat para agilizar la respuesta ante incidencias.

Durante la presentación también se muestra la utilidad de los Knowledge Base Articles (KBAs), vídeos de ayuda que produce el equipo de soporte para guiar al cliente a la hora de solventar errores que son comunes o recurrentes a un conjunto de compañías.

## LA OPINIÓN DE LOS ASISTENTES

Los visitantes al Centro de Soporte SAP han puesto de relieve que las herramientas ANST, PANKS y ST22 pueden ser muy útiles en su trabajo diario y que, hasta ese momento, las desconocían. Éste fue un argumento muy generalizado que se resume en la opinión de Andoni de la Fuente, de Eroski, que explicó que “venía sin muchas expectativas, y me llevo bastantes cosas que mirar en cuanto llegue a mi empresa”, resume.



Por su parte, Pilar Rapp Andueza, de Euskotren, también señaló que “estoy sorprendida de las herramientas que he visto, y tengo la impresión de que SAP está trabajando en el ámbito de cercanía con el cliente”.

David Ruiz Badia, de Grupo Enel, también ha publicado un post sobre la jornada en la SAP Community Network (SCN), en el que señala que “desde la perspectiva del cliente, ha sido una visita muy interesante y productiva. Los clientes pudimos poner cara a las personas que responden a los tickets de soporte, y eso siempre mejora la relación entre las dos partes”.



Cataluña y Aragón

## Empresas asociadas que se han beneficiado de esta iniciativa

ABACUS COOPERATIVA  
ALTHAIA  
ARC Distribución Ibérica  
AZKOYEN  
AYUNTAMIENTO DE BARCELONA  
B. BRAUN MEDICAL  
CAFÉS TEMPLO FOOD  
CESPA  
CHEMETALL

CHIMIGRAF  
CODORNÍU  
ENEL IBEROAMÉRICA  
EROSKI  
ESTEVE  
EUSKOTREN  
GOBIERNO VASCO – EJIE  
GRUPO DAMM  
GRUPO SIRO

GRUPO ZETA  
HUNOSA  
IBERDROLA  
LA SIRENA  
MIGUEL TORRES  
MUTUA UNIVERSAL  
SEAT  
SIDENOR

# 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.

CON LA PRESENCIA DE AUSAPE, COMO YA VIENE SIENDO HABITUAL

## CIONET España celebra su evento anual bajo el lema “La era del cliente digital”

El evento anual de CIONET España, que se celebró el 28 de septiembre en Madrid, ha demostrado que las empresas españolas han puesto en el centro de su actividad al cliente digital.

Esta cita, que se postula como el principal encuentro de CIO en España, ha reunido a más de 150 altos directivos de empresas y organizaciones de todo el país, para compartir experiencias y nuevas perspectivas entorno a la era digital.

La jornada contó con ponentes de primer nivel como José Ignacio Goirigolzarri, Presidente de Bankia; Ignacio Cea, Director Corporativo de Estrategia e Innovación de la entidad; José Carlos Díaz Lacaci y David Tejedor, Subdirector General y CTO de Pepephone, respectivamente; Pedro Cano, CIO Europe & Latam Market Unit en Sanitas; Héctor Sánchez, National Technology Officer de Microsoft; Carlos Molina Artigot, VP de Innovación de IZO, y Nuno Pedras, Iberia Global IT Director and Global IT Marketing Strategy & Insights Director en The Coca-Cola Company.

Esta amplia variedad de oradores ha hecho que el lema del evento anual 2016 “La era del cliente digital” se abordara desde numerosas perspectivas. Así se habló de temas como la seguridad de los datos de la nube, la función de las TIC en la integración multicanal de la interacción del cliente, y se analizaron en profundidad las estrategias digitales centradas en el consumidor.

Uno de los mejores momentos de la jornada fue el encuentro entre la tecnología y la solidaridad. Roberto Parra, ex CIO de



Repsol y Presidente Fundador del Consejo de CIONET, comunicó en primicia el desarrollo de una solución de software llevada a cabo por SAP y Techedge, e impulsada por CIONET y DreamIT, que facilita que las empresas puedan ofrecer a sus empleados la posibilidad de donar parte de su nómina a una ONG de su elección.

Un año más, como suele ser habitual, AUSAPE estuvo presente en el evento, esta vez representada por dos miembros del personal de la Oficina: Roberto Calvo, Director de Operaciones, y Rita Veiga, Ejecutiva Comercial y de Gestión.

## Nuevas secciones en la revista AUSAPE

La revista incorpora en este número tres nuevas secciones. La primera de ellas se llama “Grupos a Fondo”. En estas páginas entrevistaremos a Coordinadores y Delegados y a los participantes en las reuniones presenciales y online que organizan, para hacer un recorrido a su evolución, las temáticas que tratan y sus planes de futuro. Se trata de poner en valor el trabajo que realiza cada uno de los Grupos de Trabajo y Delegaciones de AUSAPE y, en definitiva, dar voz a nuestros Asociados y que aquellas compañías que actualmente no participan, puedan incorporarse a sus actividades si perciben que pueden obtener beneficios de su actividad.

Llega también a nuestras páginas la sección “Clientes de Referencia SAP”, que en cada edición incluirá un caso de éxito en la implantación de soluciones del proveedor. Estas páginas surgen del acuerdo entre SAP y AUSAPE, y en ella clientes del Programa de Referencia SAP nos contarán sus objetivos con el proyecto, cómo se llevó a cabo la implementación y los beneficios alcanzados, entre otras cosas.

Y, por último, regresa una sección “AUSAPE Global”, que se centrará en entrevistas a los líderes de otros Grupos de Usuarios SAP en el mundo, de SUGEN y de AUSIA, con el objetivo de trasladar el valor de las actividades internacionales de la Asociación y conocer las mejores prácticas de cada grupo.



## Atos apuesta por servicios integrales de transformación con SAP HANA

Atos, socio clave de SAP a nivel mundial, cuenta con todos los requisitos para ofrecer un servicio integral de SAP HANA: explorar el potencial de innovación de la empresa, dominar la tecnología de SAP HANA y gestionar las infraestructuras 24/7, llevar a cabo los desarrollos ad hoc y la co-innovación con algunos de los mayores usuarios de HANA en el mundo.

- **Consultoría e Integración:** mediante sus servicios globales de diseño, implantación y gestión, sus expertos pueden ayudar a incorporar el paquete SAP HANA y/u otras soluciones de negocio similares (SAP S/4HANA, soluciones específicas de gestión financiera, distribución minorista, etc.) haciendo posible una transformación digital eficaz de una empresa.
- **Operaciones on-premise en hosting o cloud:** Atos es una de las empresas líderes del *Gartner Magic Quadrant for Data Centre Outsourcing and Utility Services Europe*. Cuenta con cuatro certificaciones: SAP HANA Hosting, SAP HANA Operations, SAP HANA Applications Management Services y SAP HANA Cloud.



Su experiencia permite a las empresas optimizar su inversión en SAP HANA con los mejores acuerdos de nivel de servicio (ANS/SLA) posibles y al más bajo coste total de propiedad (TCO), según la compañía.

- **Appliances e integración personalizada de Data Centers:** permiten la máxima potencia de procesamiento y resultados de negocio excelentes con su servidor *bullion* para aplicaciones SAP HANA.

## Nuevos Asociados

En este número damos la bienvenida a:



**ADIDAS**  
Fabricante de calzado y ropa deportiva  
[www.adidas.es](http://www.adidas.es)



**ATLANTIC COPPER**  
Sector Industria. Fundición y Refinería  
[www.atlantic-copper.es](http://www.atlantic-copper.es)



**HITACHI**  
Proveedor de Hardware y Software  
[www.hds.com](http://www.hds.com)



**IBERIAN LUBE BASE OIL COMPANY - ILBOC**  
Fabricación Bases Lubricantes del grupo VI



**FAGOR AUTOMATION S. COOP.**  
Productos de automatización y control de maquinaria  
[www.fagorautomation.com](http://www.fagorautomation.com)



**MUTUALIA**  
Entidad colaboradora con la Seguridad Social  
[mutualia.es](http://mutualia.es)



**ORONA S. COOP.**  
Ascensores y Escaleras Mecánicas  
[www.orona.es](http://www.orona.es)



**PRAXIS PHARMACEUTICAL**  
Distribución de productos farmacéuticos  
[www.grupo-praxis.com](http://www.grupo-praxis.com)



**SADIM**  
Actividades Informáticas  
[www.sadim.es](http://www.sadim.es)



**SERVIHABITAT**  
Sector Inmobiliario  
[corporate.servihabitat.com](http://corporate.servihabitat.com)



**SSIB - Salut Balears**  
Administración Pública  
[www.ibsalut.es](http://www.ibsalut.es)



**STEF Iberia**  
Logística del frío  
[www.stef.com](http://www.stef.com)



**WINSHUTTLE**  
Software  
[www.winshuttle.com](http://www.winshuttle.com)

Sergi Gistàs,  
Director de IT de Grupo ESTEVE



# “Tenemos una visión global de la estrategia del grupo que nos permite acompañar a los negocios en su desarrollo”

Este Diplomado en Ciencias Empresariales por la Universidad de Barcelona, Master en Dirección de Tecnologías de la Información por ICT y PDD de IESE, se incorporó a ESTEVE en 1984 y, desde entonces, ocupó diferentes posiciones en la empresa hasta que asumió la dirección de IT en 2003. A lo largo de esta entrevista, Sergi Gistàs nos habla de la estrategia de la compañía y de cómo el departamento de IT le da soporte a través de diferentes iniciativas.

## ¿Cuáles son los pilares de la estrategia de ESTEVE?

ESTEVE es un Grupo Químico/Farmacéutico con tres grandes áreas de actividad: la actividad química, con la fabricación de principios activos; la actividad de genéricos, con la fabricación y comercialización de medicamentos genéricos, y la actividad farmacéutica, en la que investigamos y comercializamos especialidades farmacéuticas, ya sean medicamentos de prescripción o productos OTC.

Las dos primeras tienen un fuerte elemento de internacionalización, y prueba de ello es la presencia de Esteve en China, México, USA, Portugal, Italia, Suecia, etc. Además, dentro de la actividad farmacéutica, el área de I+D es de especial relevancia por su elevado impacto en el futuro de la compañía. Mención especial merece los acuerdos firmados recientemente con la multinacional Mundipharma para el desarrollo de una nueva generación de analgésicos a escala internacional.

## ¿Cómo contribuye el departamento de TI a la hora de materializarla?

El área de IT está adscrita a la dirección general de las Unidades de Soporte, que es transversal a los negocios. Eso

quiere decir que tenemos una visión global de la estrategia del grupo que nos permite acompañar a los negocios en su desarrollo, mediante la propuesta de soluciones tecnológicas que les ayuden a maximizar su proceso de creación de valor.

Asimismo, debemos asegurar la disponibilidad de la información en todo momento y lugar, maximizando la gestión. También aportamos toda nuestra vocación de servicio, cubriendo aspectos desde la infraestructura tecnológica y las comunicaciones al desarrollo, implantación y consultoría de soluciones a los procesos de negocio en todos los ámbitos. En definitiva, damos soporte a todas las empresas del grupo tanto en los aspectos más tradicionales y vinculados a los departamentos de IT, como los ERPs, hasta los nuevos conceptos de IoT, Digitalización o desarrollo de Business Intelligence.

## ¿Cómo se estructura su departamento de TI?

Hemos reorganizado el departamento a lo largo de este año potenciando la figura del Business Partner. Esta función está “pegada” al negocio y actúa como su socio dentro de IT, a imagen de la figura del Key Account Manager, gestiona la



demanda y vela por que se cubran las necesidades de las diferentes unidades de negocio, soporte o I+D.

Tenemos también los grupos de Tecnología, Compliance y Governance, muy relevantes en la industria farmacéutica, y también hemos incorporado el grupo de Business Intelligence, al que hemos dado identidad propia, dado el fuerte crecimiento que está teniendo y tendrá en el futuro, así como la figura del Manager de Service Delivery, que gestiona los contratos de externalización.

Por último, tenemos definido un grupo de expertos que da soporte y asesoramiento en las diferentes herramientas de software, garantizando la coherencia tecnológica de las soluciones que se implantan en la compañía, ejerciendo de Project Managers en los proyectos de implantación de soluciones.

**¿Se fomenta la innovación desde el área de TI?**

Desde las diferentes áreas de la empresa se siguen planes orientados a la búsqueda de productos y servicios innovadores, como parte de nuestra estrategia.

Desde el área de IT tratamos de ofrecer aquellas herramientas innovadoras que creemos que pueden aportar valor, mediante la realización de proyectos piloto que permitan evaluar la oportunidad y conveniencia de las mismas.

#### **Háblenos del escenario SAP en su empresa**

Nuestra evolución dentro del mundo SAP se inicia en 2010 con la puesta en marcha del ERP, incluyendo los módulos transaccionales de FI, CO, AA, AP, AR, SD, MM, PP-PI, QM, juntamente con SRM, BW y XI. Al año siguiente incorporamos el módulo de OM y PA. Desde entonces, hemos añadido a nuestra suite, SAP BPC en su doble vertiente, tanto de presupuestación como de consolidación, así como VIM y SAP Extended ECM, ambas soluciones

"Desde las diferentes áreas de la empresa se siguen planes orientados a la búsqueda de productos y servicios innovadores, como parte de nuestra estrategia"

basadas en OpenText. En la actualidad estamos ampliando con SAP PM, BO, una primera aproximación a SAP Ariba y SAP SuccessFactors. Estas dos últimas soluciones con el añadido que son las primeras soluciones cloud que vamos a incorporar a nuestro porfolio interno.

### ¿Qué iniciativas están llevando a cabo ligadas a la transformación digital?

Desde nuestra dirección general se está impulsando un proyecto denominado ESTEVE Digital, que pretende canalizar las iniciativas que corresponden al cambio propuesto por la transformación digital.

Así, se está realizando una apuesta decidida por la oficina sin papeles, donde asentamos la estrategia en OpenText combinado con SharePoint, de cara a asegurar la disponibilidad, en cualquier momento y situación, del acceso a la información del sistema. Vinculado a SharePoint, hemos escogido una herramienta colaborativa llamada Beezy que debe facilitar la interacción entre todos los empleados del grupo, y facilitar los proyectos multidisciplinarios que se producen en la organización. En el corto plazo, tenemos prevista la incorporación de nuevas herramientas en la gestión de viajes mediante el uso de SAP Concur.

### ¿Están utilizando Cloud, Big Data y analíticas avanzadas, Movilidad...?

Nuestra situación es diferente en cada una de estas tecnologías. Mientras que en soluciones Cloud estamos poniendo en marcha nuestras primeras aplicaciones, como son SAP Ariba, con su módulo de SIPM, y SAP SuccessFactors en los módulos de Performance & Goals, Compensation y Learning, en el caso de Big Data no tenemos iniciativas concretadas, si bien estamos ampliando las capacidades analíticas de la organización mediante el desarrollo de BusinessObjects. Por último, en Movilidad siempre hemos ido desarrollando soluciones, principalmente en el área comercial, donde iniciamos nuestra andadura con portátiles, pasando a las PDAs, y llegando al momento actual en que nuestros delegados (más de 500) disponen de una tablet para realizar su operativa diaria. Esta aplicación es

de especial relevancia y estamos analizando el producto que sustituirá a nuestra propia solución, reforzando aún más la presencia en la empresa de la tecnología móvil, que este año estamos introduciendo en nuestra planta mediante la incorporación de tablets también para la gestión de SAP PM.



"A nivel estructural, es importante el lanzamiento del proyecto ESTEVE Digital, con la incorporación de diferentes elementos como parte central de la estrategia de Transformación Digital"

### ¿Cuáles están siendo sus proyectos prioritarios de TI en 2016?

Dada nuestra estructura de unidades de negocio, tenemos diversos proyectos en cuanto a alcance y tecnologías. Por destacar algunos, estamos completando el despliegue de SAP SuccessFactors y realizando la implantación de SAP GRC para la implantación de la SoD.

Otros proyectos en los que estamos trabajando, son la puesta en marcha de OpenText en los entornos regulados de planta y en I+D, a la vez que estamos completando en la parte química el rollout en China e implantando la solución de Labware.

A nivel estructural, es importante el lanzamiento del proyecto ESTEVE Digital, con la incorporación de diferentes elementos como parte central de la estrategia de Transformación Digital.

### ¿Considera que el rol de CIO ha evolucionado en los últimos años?

Como en la mayor parte de posiciones directivas de la empresa, el rol de CIO no ha sido ajeno a los cambios que han ido experimentando las organizaciones, y ha pasado de un papel más tradicional, de referente de las tecnologías a ser un gestor de personas, orientado a promover y facilitar su desarrollo personal, para permitir que puedan desplegar su potencial al servicio de la compañía, pero sin olvidar esa vertiente tecnológica que le hace estar siempre atento a todo lo que sucede a su alrededor.

### ¿Qué le aporta a su empresa su pertenencia a AUSAPE?

Además de ser un punto de contacto con otras empresas con problemáticas parecidas, uno de los grandes

valores que otorgamos a nuestra pertenencia a la Asociación es la gran cantidad de iniciativas que se originan y que permiten que nos pongamos al día de las novedades que SAP nos pueda ofrecer.

Todos quieren dar el paso a **SAP S/4HANA**, pero existen muchos caminos para llegar al mismo destino.

¿Cuál es el suyo?



Le ayudamos a elegir la mejor ruta con nuestro **catálogo de servicios** ¡Solicítelo sin compromiso!

- ✓ **Definición del Roadmap/Mapa de Sistemas**
- ✓ **Formación**
- ✓ **Talleres**
- ✓ **Adaptación del código para S/4HANA**
- ✓ **Migraciones**
- ✓ **Implantaciones**



Jorge Pérez, Director de Business Analytics & Insights de SAP España



# “SAP Analytics es la llave para que las empresas consigan rentabilizar su activo más valioso: la información”

Entrevistamos a Jorge Pérez, responsable en SAP España de trasladar el valor que pueden aportar las soluciones de Business Analytics a las compañías que están abordando su proceso de transformación digital.

## **Dirige usted la unidad de Business Analytics en la era del dato...**

Conceptualmente es sencillo. Ya nadie duda de que los datos y la información son un activo muy valioso. Las empresas lo tienen claro. Especialmente en un contexto de transformación digital donde la información está creciendo de forma exponencial debido a las megatendencias como la hiperconectividad, la supercomputación, Cloud, Big Data, IoT, etc. SAP Analytics pretende facilitar las herramientas de software necesarias para desbloquear el valor real de los datos y la información, y mejorar la toma de decisiones.

## **¿Y cuál es la propuesta de SAP en esta área?**

Se trata de ofrecer a nuestros clientes herramientas que les faciliten la puesta en valor de este valioso activo. En el mundo hiperconectado del cloud y el *big data*, nuestras herramientas analíticas consiguen, de forma simple, cerrar el círculo entre las transacciones de negocio, el análisis de los datos y la acción. Ahora podemos embeber capacidades avanzadas de análisis, como el *machine learning* o la inteligencia artificial en los procesos y las transacciones de negocio, facilitando información en tiempo real a los usuarios del negocio, con un interface de usuario de última generación diseñado para su despliegue en cualquier tipo de dispositivo.



Nuestra gran ventaja competitiva es que disponemos un stack tecnológico completo, basado en la plataforma tecnológica SAP HANA y SAP HANA Cloud Platform que proporciona, entre otros, los servicios de supercomputación en memoria y almacenamiento Big Data que posibilitan un tratamiento analítico de los datos sin precedentes. Ahora sí es posible desplegar análisis avanzado de datos como información contextual de las transacciones de negocio de forma simple, facilitando enormemente la toma de decisiones de los usuarios de negocio.

### ¿Cuál es el papel de las soluciones de analítica de negocio en la estrategia digital de las organizaciones?

Entiendo la transformación digital como un proceso de interiorización y adaptación a un nuevo paradigma surgido a raíz del acceso de personas y máquinas a las tecnologías de la información y la comunicación, que básicamente consiste en la capacidad para intercambiar datos de forma masiva.

SAP Analytics debe aportar a las empresas la inteligencia de negocio que les permita entender qué pasa en sus mercados, qué guía la acción de sus clientes, cuáles son los puntos críticos de sus procesos logísticos o qué motiva a su personal a permanecer o a irse. Es ese conocimiento el que les va a permitir introducir cambios significativos en su estrategia, rediseñar sus procesos de negocio y de producción y, en definitiva, ser más competitivas.

### ¿Cuáles son sus objetivos de negocio para 2016?

El negocio de Analytics es un área en plena expansión y se nos piden unos crecimientos importantes. Aunque no puedo facilitar cifras, vamos a crecer en 2016 al mismo ritmo que lo hemos hecho en los últimos tres años, que es también la expectativa para 2017.

Tenemos un segundo objetivo importante porque incide en la sostenibilidad de este negocio a largo plazo: acelerar la adopción de este porfolio de innovación y de plataforma por parte de nuestros clientes. Hemos rediseñado toda nuestra oferta Analítica para aprovechar todo el potencial de las nuevas tecnologías de computación en memoria y almacenamiento masivo de datos, para desplegar todo su potencial en un mundo que evoluciona al cloud y para conseguir la democratización de las técnicas más avanzadas de análisis, con nuevos y bonitos interfaces para los usuarios finales. Lo que realmente importa es que este potencial realmente se utilice.

Para conseguir estos objetivos, además de incrementar las acciones de marketing y de generación de demanda, este año está creciendo el equipo de Analytics entre un 30 y 40% en España. Y, por supuesto, estamos expandiendo nuestras alianzas con el ecosistema de partners de SAP, que con su especialización y creatividad son clave para el desarrollo del negocio.

### Como se ve en el recuadro, su porfolio en el área de Business Analytics es muy amplio. ¿Por dónde suelen empezar?

Eso depende de las prioridades y retos que tiene cada compañía. En lo que respecta al porfolio de Business Intelligence y Predictive Analytics todas las áreas están altamente afectadas (marketing, ventas, operaciones, HR). Cuando hablamos del porfolio de Gestión del Rendimiento Corporativo (EPM) es el CFO el que suele tener un importante peso, y en



## La oferta de SAP en Business Analytics, de un vistazo

Pedimos al directivo que nos describa las características generales de su oferta en BA, que consta de cuatro grandes bloques:

- **Soluciones de Business Intelligence:** son las herramientas de visualización avanzada y exploración de datos que permiten a las compañías conocer qué está ocurriendo en el conjunto enorme de datos que llamamos Big Data.
- **Soluciones de Predictive Analytics:** son las herramientas que permiten aplicar técnicas avanzadas, como algoritmos predictivos, técnicas de machine learning e inteligencia artificial, al análisis de los datos.
- **Soluciones de Enterprise Performance Management (EPM):** son los motores analíticos para el área del CFO, que se han rediseñado como el ERP, y que consiguen por ejemplo, una gestión de caja en tiempo real, optimizar los procesos de gestión tesorería, o acelerar los procesos de planificación y consolidación financiera y el cierre contable.
- **Soluciones de Governance, Risk & Compliance (GRC):** permiten llevar a cabo una adecuada gestión de los riesgos, minimizar el fraude, así como mejorar el control interno y los procesos de auditoría, introduciendo una gestión proactiva de la seguridad y la ciberseguridad.

“Lo interesante es ver cómo funcionan las soluciones de los cuatro bloques juntas. Cada una por separado es *best of breed* y líder en su segmento, según las firmas de investigación, pero cuando trabajan juntas el resultado es espectacular”, concluye Jorge Pérez.



su agenda destacan tres prioridades: La transformación digital, la posición financiera y de caja de la organización. Y por último, todo lo relacionado con el cumplimiento de las normativas.

#### ¿Hacia dónde evolucionará la oferta de Business Analytics?

Mi opinión es que vivimos un proceso de transición desde las antiguas arquitecturas de data warehouse y business intelligence, que eran fruto de una limitación tecnológica de las bases de datos, a un enfoque de analítica avanzada sobre Big Data en cloud, que es posible gracias a megatendencias como la computación en memoria, el *smartworld*, o los nuevos sistemas de almacenamiento distribuido...

Están sucediendo dos cosas: las herramientas de data *discovery* y visualización avanzada se están sofisticando y, además, está entrando de lleno en escena la analítica avanzada.

Sin embargo, desde un punto de vista empresarial, lo realmente relevante es que seamos capaces de poner estas técnicas de análisis avanzado sobre grandes volúmenes de datos, en tiempo real y de forma simple, embebiendo el análisis en sus procesos y transacciones de negocio, y consiguiendo que estén disponibles en cualquier lugar y dispositivo.

#### Dice Gartner que la analítica avanzada está alterando el curso de muchos sectores y los escenarios de competencia.

##### ¿En cuáles está impactando más?

Desde mi punto de vista se están viendo más impactados aquellos donde es más fácil la desmaterialización del negocio y donde es más fácil su digitalización, por ejemplo, Banca, Seguros o Telecomunicaciones, y también en todos aquellos sectores donde sea necesario personalizar la experiencia de usuario, como puede ser el Retail.

"Están sucediendo dos cosas: las herramientas de data *discovery* y visualización avanzada se están sofisticando y, además, está entrando de lleno en escena la analítica avanzada"

No obstante, no veo ninguna compañía que no tenga estos temas en la agenda.

#### Cuéntenos algún caso de uso innovador en España

Según la encuesta del CIS de julio de 2016, la principal preocupación de los españoles, después del paro, era el fraude y la corrupción. Actualmente estamos explorando con algunas entidades financieras y algunas Administraciones Públicas las funcionalidades de nuestras aplicaciones analíticas sobre Big Data para potenciar la capacidad de detección y control del fraude.

Y los resultados son muy sorprendentes porque estas nuevas tecnologías cuentan con capacidades espectaculares que podrían causar un gran impacto. Ya estamos trabajando en multitud de casos de uso en esta área como la detección de fraude en tributos, la auditoría digital, fraude en pólizas y partes de seguros, prevención de blanqueo de capitales, fraudes en

distintos puntos de la cadena logística, etc.

En este ámbito de trabajo no sólo tenemos la satisfacción de estar aplicando la última tecnología, sino también de impactar positivamente en algo que preocupa a la gente.

#### ¿Ve vías de colaboración entre su unidad y AUSAPE?

Me gustaría intensificar lo que hemos venido haciendo en algunas áreas. Pienso que crear un Grupo de Trabajo sería una vía de colaboración muy interesante, así como poder participar en los eventos que organiza la Asociación, con temas que la propia AUSAPE identifique como de mayor interés para las empresas asociadas.

A pesar de que todos intuyen que la analítica es la siguiente gran ola, con AUSAPE todavía no hemos establecido esa dinámica de trabajo que ayude a que las empresas descubran todo el valor que ofrecen nuestras soluciones.

SISTEMA DE LIQUIDACIÓN DIRECTA:

# Un dolor de cabeza constante.

Su gestión de liquidación directa a partir de 1,60€ por empleado y mes.

## ¿Le quita mucho tiempo el SLD?

¿Pasa muchos días del mes en SILTRA enviando ficheros de bases e interpretando los mensajes de Respuesta? ¿Mucho tiempo perdido comparando ficheros IDC e intentando cuadrar datos?

## Aprovéchese del centro de servicios compartidos de Integra.

Olvídese de estas tareas y déleguelas en Integra, gestionamos su proceso con todas las garantías, en base a la experiencia acumulada con otros muchos clientes, optimizando el proceso a unos costes muy razonables.

**Externalizar SLD con Integra es ganar en tranquilidad y tiempo.**

**Consígalo escribiendo a [sld@integra-soluciones.net](mailto:sld@integra-soluciones.net)**

*Desde que hemos externalizado SLD con Integra estamos más tranquilos y podemos dedicar tiempo a otros procesos más importantes para la compañía.*

ANA SANZ  
(HR SERVICES DIRECTOR - ZURICH ESPAÑA)



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

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



Xavier Rovira, socio responsable de la unidad SAP & Enterprise Solutions para everis en Europa

# “La unidad SAP de everis en España se ha convertido en un *player full stack*”

Nos reunimos con Xavier Rovira, directivo que asumió la responsabilidad de liderar la unidad SAP & Enterprise Solutions para everis en Europa tras diecisiete años en la compañía. Sólo en España, esta unidad prevé facturar este año 50 millones de euros. Hablamos con él, entre otros muchos temas, de la estrategia que está siguiendo su equipo de más de 700 consultores, sus objetivos y prioridades.

## ¿Qué remarcaría del actual contexto empresarial?

Estamos en una época de mucha incertidumbre y también en un momento de cambio y transformación. Ante esta situación, las empresas se encuentran con numerosas preguntas sobre su futuro y la transformación digital de sus organizaciones.

## ¿Y cómo responde everis a estas cuestiones?

everis es una compañía que asesora y ofrece servicios de consultoría integrales dando respuestas a todas las necesidades de sus clientes, ya sea mediante el asesoramiento y acompañamiento en procesos de cambio, proyectos de transformación, servicios de externalización de aplicaciones e infraestructuras, operación de procesos... o también a través de colaboraciones más pequeñas, en el filo de la innovación, de prueba y error o implementaciones de productos propios con un rápido *time-to-market*.

## Háblenos de los grandes números del área que lidera.

La unidad SAP de everis en España facturará algo más de 50 millones de euros este año. Somos ya más de 700 consultores y trabajamos para clientes de Industria, Utilities, Telecomunicaciones, Banca, Seguros y Sector Público, y cubrimos la práctica totalidad del portafolio de soluciones SAP, incluyendo tanto las clásicas como las más innovadoras que dan cobertura a las últimas tendencias (SAP Customer Engagement, Cloud, SAP HANA y sus distintos escenarios, SAP S/4HANA, Analytics...).

## ¿Cuáles son sus objetivos para este año?

Además de seguir creciendo a doble dígito y de mantener a la última nuestro offering sobre soluciones SAP para todos los sectores, queremos dar respuesta a las necesidades de nuestros clientes en tres ámbitos fundamentales. En primer lugar, en la innovación en sus modelos y procesos de negocio. En segundo lugar, en los grandes proyectos de transformación que necesitan acometer para sus organizaciones. Y, por último, en la operación de sus sistemas e infraestructuras SAP actuales mediante servicios de externalización y/o Cloud.

## ¿Qué es lo que ha caracterizado el negocio 2015 y 2016 en su unidad SAP en España?

En 2015 definimos un plan estratégico a tres años que marca como objetivo doblar nuestra capacidad para dar respuesta a las necesidades de nuestros clientes en los distintos sectores. Hay dos ámbitos fundamentales en los que hemos venido trabajando desde ese año. Uno es la formación de nuestros equipos, algo por lo que siempre hemos apostado y que, en los últimos años, ha cobrado una relevancia aún mayor debido a la constante evolución del catálogo de soluciones SAP. El otro es la Innovación, el I+D en torno a soluciones SAP; hemos desarrollado en nuestro laboratorio pre-configurados, soluciones paquetizadas, soluciones de *fast-close* contable basadas en SAP S/4HANA, de mantenimiento predictivo, aplicaciones móviles, etc.

## 2014 también fue un año importante por su integración en NTT DATA...

Ha sido, sin duda, un hito importante en la evolución de la compañía y de la

“En 2015 definimos un plan estratégico a tres años que marca como objetivo doblar nuestra capacidad para dar respuesta a las necesidades de nuestros clientes en los distintos sectores”



propia unidad, ya que la integración nos ha aportado muchas más capacidades globales. En este sentido, si hablamos del grupo SAP, en NTT DATA somos casi 9.000 consultores en más de 40 países.

Además, nos hemos convertido en un *player full stack*, capaz de abordar proyectos completos SAP, que incluyen consultoría de negocios, reingeniería de procesos y la propia implantación de soluciones, pero también infraestructuras, que es la parte que nos ofrece NTT.

Otro aspecto destacado son las capacidades financieras que nos aporta formar parte de NTT DATA. Detrás tenemos un gran grupo, la compañía de telecomunicaciones número 1 del mundo, y eso nos permite abordar todo tipo de proyectos, servicios e iniciativas de transformación, que puedan requerir un uso intensivo de recursos y capacidades en esos procesos con nuestros clientes.

#### **¿Qué sectores están haciendo más esfuerzos por transformarse?**

Como comentaba anteriormente, estamos en una época de mucho cambio, de manera transversal a todas las sociedades y a todas las organizaciones... Dicho esto, Industria y Utilities son dos sectores que tradicionalmente han venido invirtiendo mucho y lo siguen haciendo. También destacaría el Sector Bancario, ya que en los últimos años está apostando especialmente por proyectos de transformación digital.

#### **¿Cuál es la visión de everis respecto a la transformación digital?**

Nuestro enfoque es que tiene que ser una transformación integral, que no sólo tiene que ver con los procesos externos y la relación con los clientes de una compañía, o con digitalizar información, sino también con cómo se organiza y gestiona la información que se obtiene de los procesos, con cómo se relaciona una empresa

con sus clientes y proveedores, con sus propios empleados, etc. Se trata de llegar a ser realmente digitales, lo que llamamos '*True Digital*', por lo que se necesita un análisis integral y entran en juego cambios en la cultura corporativa.

#### **En línea con esta cuestión, ¿en qué soluciones SAP está invirtiendo más la compañía por favorecer esa transformación?**

Nuestra vocación es cubrir todos los sectores y todo el porfolio de soluciones SAP, pero estamos apostando mucho por dos ámbitos: por una parte, la suite de SAP Hybris y Customer Engagement y, por otra parte, las soluciones de Analytics.

En la primera de las áreas, por la generación de negocio que supone para las empresas ser capaces de relacionarse y aportar valor a sus clientes, mediante el posicionamiento adecuado de sus soluciones o servicios, y una buena gestión de la relación post-venta.

En la segunda, porque ahora mismo hay una explosión de información, a veces muy compleja de manejar y es muy importante poder gestionar toda la información que se genera de los clientes y proveedores para poder tomar decisiones.

Otro ámbito en el que estamos trabajando mucho tiene que ver con el mantenimiento predictivo y la gestión de activos.

#### **En su opinión, ¿cuáles son los factores que están impulsando la demanda de soluciones SAP?**

Claramente uno de los impulsores de la demanda es la propia evolución y la potente transformación que ha experimentado el catálogo de soluciones SAP, tanto las más clásicas como el ERP, como las nuevas que ha ido incorporando mediante adquisiciones en áreas como Compras, Gestión de Clientes, Recursos Humanos, etc.

En segundo lugar, SAP HANA ha supuesto una renovación de su plataforma tecnológica que permite, de verdad, trabajar en tiempo real.

## DESTACAMOS

## ¿Cuál son las claves que permitirán a everis cumplir sus objetivos para 2016?

Sin lugar a dudas, nuestro equipo de más de 700 consultores SAP en España que, además de poseer un conocimiento tecnológico profundo, cuenta con una dilatada experiencia y está organizado en torno a varios ámbitos:

- A través de líneas de conocimiento que dan respuesta a las necesidades de los clientes a partir de todo el catálogo de soluciones SAP. Asimismo, más allá de las líneas clásicas de LoB, tenemos una línea específica de Analytics, otra Arquitectura & Digital y finalmente una de Platform & Cloud.
- Nuestro equipo ejecutivo SAP dispone de amplios conocimientos sectoriales, orientando nuestra soluciones y enfoques a dar respuesta a los procesos de negocio específicos de cada industria.
- Adicionalmente, tenemos integrado dentro de SAP&ES, un equipo específico de outsourcing e ITO para servicios SAP.
- Asimismo, contamos con área de innovación y generación de soluciones preconfiguradas, de activos y de soluciones ready-to-sell.

Por último, y no por ello menos importante, estamos estrechando más que nunca nuestra colaboración con SAP para dar la mejor respuesta a nuestros clientes. Esta relación nos obliga a trabajar con la máxima calidad, haciendo el mejor uso de las soluciones SAP, trabajando juntos y buscando el máximo beneficio para nuestros clientes.



Finalmente, y muy importante, la posibilidad de poder disponer de todas las soluciones tanto en modo on-premise como cloud, pudiendo tenerlas desplegadas en un tiempo muy corto y en modalidad pago por uso.

La transformación es muy fuerte y, por eso, aquellas empresas que no estén invirtiendo no sólo en tecnología sino también en formación se van a quedar atrás, ya sean clientes o partners.

### Hemos hablado mucho de transformación. Cuéntenos algunos de los proyectos que están llevando a cabo en este ámbito...

En everis estamos acometiendo la renovación de nuestro propio ERP. Se trata de un proyecto de transformación significativo sobre SAP S/4HANA, que es la plataforma sobre la que correrán todos nuestros procesos de soporte y de gestión. Es el mayor proyecto de SAP S/4HANA que hay ahora mismo en España, y que tiene que ver con ser una empresa realmente digital, una estrategia que estamos llevando a cabo.

Estamos colaborando también con una entidad bancaria en un programa de movilización de la relación con sus empleados, trabajando en una serie de aplicaciones móviles. Ya hemos des-

plegado las relativas a partes de alta y baja de empleados, y la de consulta de nómina.

Por otro lado, en Copreci, de Cooperativa Mondragón, estamos abordando un proyecto de transformación, renovando sus sistemas de soporte y de gestión de sus procesos productivos sobre soluciones SAP.

Por citar otro ejemplo, estamos también trabajando en la segunda fase de la renovación de los sistemas de gestión tributaria y de recaudación del Ayuntamiento de Barcelona.

### Por último, ¿qué aporta a everis su pertenencia a AUSAPE?

No dejamos de ser usuarios de SAP y, desde esta perspectiva, nos interesa estar en la Asociación y canalizar de otra manera nuestras necesidades a SAP.

Y desde el punto de vista de partners de SAP, nos da otro prisma de las necesidades de nuestros clientes de las organizaciones que no son nuestros clientes, especialmente a través de los Grupos de Trabajo, que son foros a los que prestar la atención porque es dónde se refleja lo que un determinado producto no tiene, o puede darte y que no estás utilizando.

UN SALTO SEGURO CON EL COMPAÑERO ADECUADO  
LÁNZATE A **SAP S/4 HANA®**  
CON EL DREAM TEAM  
DE **TECHEDGE**



Somos Gold Partner de SAP, conocemos las nuevas reglas del juego y ya hemos ayudado a clientes de distintos tamaños y sectores en su proceso de migración, minimizando el riesgo y en tiempo récord.

[s4hanadreamteam.com](http://s4hanadreamteam.com)

 **techedge**

*Inspiring Trust. Globally.*

Yon Andoni Aranzamendi Ercilla, Director General de i3S

# “Nuestra expectativa es crecer un 30% en servicios y mantener la cifra de ventas en licencias”

En 2015 i3S aumentó 20% los ingresos en servicios y un 120% en licencias y mantenimientos SAP. Yon Andoni Aranzamendi nos habla en esta entrevista de previsiones de evolución de la compañía y de la estrategia que tiene conseguir crecer. El directivo nos da también su visión de cómo está el mercado.

## ¿Cuál ha sido su evolución económica en 2015?

Sin duda, positiva. Hemos aumentado un 20% los ingresos en servicios y un 120% en licencias y mantenimientos SAP.

## ¿Qué planes de crecimiento tienen para 2016?

Nuestra expectativa es crecer un 30% en servicios y mantener la cifra de ventas en licencias, ya que los ingresos conseguidos en esta línea fueron francamente elevados.

## ¿En qué se van a basar para conseguirlo?, ¿cuáles son los principales ejes de su estrategia?

Estamos centrando nuestra estrategia en varias áreas: mantenimiento de la base de servicios en SAP ECC; sistemas, aprovechando la demanda de servicios basados en SAP HANA; las primeras implantaciones de SAP S/4HANA, y también puesta en marcha de proyectos en nuestras áreas de especialización: sostenibilidad, Gestión Avanzada de Proyectos y Calidad, Taxes & Revenues, y Servicios y productos vinculados a la figura de OEM y SAP Educations.

## ¿Qué áreas de soluciones y servicios están creciendo más en i3S?

Fundamentalmente las vinculadas a SAP HANA y a las áreas de especialización que acabo de mencionar.

## ¿Cómo se ha adaptado la empresa a la ampliación del portafolio de SAP desde hace unos años?

Independientemente del tamaño de las empresas, el portafolio de SAP es tan extenso que prácticamente es imposible de abarcar en su totalidad, con garantías de conocimiento y recursos.

Nuestra adaptación se centra en la elección de aquellas soluciones que comportan un compromiso entre tres vectores: experiencia acumulada en procesos durante la vida de la empresa; capacidad de asimilación de las nuevas soluciones, y expectativas de rentabilidad en las áreas seleccionadas.

Por lo tanto, y sirva como ejemplo, si nuestras capacidades históricas y las de nuestros recursos tienen una sólida base en procesos como calidad y gestión de proyectos, analizaremos las

extensiones que, en estos procesos SAP, ofrece una solución y sus ventajas, veremos los costes de implantación interna, qué mercado puede ser sensible a esta oferta y su posible retorno. Si la ecuación tiene rasgos positivos desarrollamos un plan de inversión, que incluye formación interna, preparación de sistemas y un plan comercial con sus presupuestos. A partir de ese momento sólo queda trabajarlo con todas nuestras fuerzas.

## Desde su empresa, ¿ha observado signos de recuperación económica y ganas de innovar dentro de las organizaciones?

En 2015 la demanda ha empezado a incrementarse, tanto en la industria como en la Administración Pública, donde nuestro volumen ofertado ha crecido notablemente. Durante 2016 estamos viendo que esta tendencia se mantiene, y ahí que nuestras expectativas sean de crecimiento.

Respecto a las intenciones de inversión en innovación, entendemos que de la misma manera que la salud de las compañías mejora, también van a desarrollar sus capacidades para innovar ya que éste es uno de los principales ejes de diferenciación y no va a haber más remedio que explotarlo por parte de todos.

## ¿Qué tipo de empresas están invirtiendo hoy más en tecnología?

Desde nuestro punto de vista y por nuestra vinculación al sector, la industria es tremendamente sensible a la inversión en tecnología. Todo el movimiento que se está suscitando alrededor de la Industria 4.0 está generando unas expectativas que van más allá de su alcance. Esto está haciendo que se hable no sólo de sus beneficios, sino también que se abran más capítulos que fomentan la inversión y la innovación.

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

El nivel de discurso es alto y la atención creciente. No obstante, el mensaje tiene mayor o menor impacto en función del tipo de sector y su entorno.





**Ustedes son asociados de AUSAPE, ¿qué ventajas le aporta a su compañía la pertenencia a la Asociación?**

Es un enlace valiosísimo hacia el ecosistema que conforma SAP, los proveedores de servicios y los clientes. Permite la conexión entre todos ellos y es un elemento de cohesión importante.

## Resúmanos brevemente la historia de la empresa desde su creación

Somos una compañía que nace en 1.999 de la mano de dos accionistas, Corporación Mondragón y la actual OESÍA. Desde el principio nuestra orientación estratégica fue especializarnos en el mundo SAP y trabajamos para pertenecer al canal de partners del cual formamos parte en estos momentos, inicialmente como VAR y ahora como Gold Partner, y desarrollando más figuras como OEM y SAP Education Partner.

Como hitos importantes conseguimos nuestro primer proyecto en el mismo año de nuestro nacimiento, implantamos la delegación de Madrid y desarrollamos las actividades de consultoría, no perdiendo de vista en ningún momento el suministro de licencias y su mantenimiento como elementos de servicio y fidelización de nuestra base instalada.

# 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.

Javier Blanco, Director Comercial y de Marketing de altim

# “El factor clave que facilitará desarrollar el proceso de transformación digital es el consumidor”



"La transformación digital es sin duda la revolución más importante sucedida en la sociedad y la economía mundial desde la primera revolución industrial"

El nuevo Director Comercial y de Marketing de altim nos aporta la visión de la empresa sobre la transformación digital, una revolución que está impactando en empresas de todos los sectores, e identifica los pasos a dar para evolucionar hacia estrategias digitales, así como las tecnologías que las hacen posibles.

### ¿Qué implica la transformación digital?

La transformación digital es sin duda la revolución más importante sucedida en la sociedad y la economía mundial desde la primera revolución industrial. La oportunidad de mejora competitiva y de reinención tecnológica que ofrece, en todos los sectores y campos de actividad a través de la interacción digital entre las personas, procesos, máquinas y sistemas, nos sitúa ante el mayor reto de progreso y cambio a medio y largo plazo jamás acontecido.

El factor clave que facilitará desarrollar el proceso de transformación digital es el consumidor y la transformación de los procesos con los que interactúa. La apuesta por las redes sociales, comercio electrónico, sensores y Big Data, han sentado las bases para dar el salto definitivo en innovación disruptiva, que se integra en la cadena de valor de las empresas y personas.

### ¿Qué sectores están más avanzados en la adopción de la economía digital a través de procesos transformacionales en España?

Las compañías de sectores como Telecomunicaciones e Internet o Servicios Financieros se encuentran más avanzados. Esta circunstancia se debe a la importancia que tiene en estos sectores la mejora continua del servicio al cliente y la necesidad permanente de competir con anticipación y dinamismo, en mercados muy agresivos en precio con una alta rotación de clientes.

En lo que respecta a las empresas de Industria, Energía, Farmacéuticas o de Salud, se encuentran en este momento en proceso de adopción de tecnologías digitales, pero solo un 50% consideran que tienen los medios suficientes para abordar el proceso de cambio. Es especialmente significativo el potencial de la transformación digital en las empresas industriales, donde una inmensa mayoría alcanzarían cotas de productividad y eficiencia notables transformando sus procesos y tecnologías actuales.

### ¿Cuáles son los primeros pasos que tiene que dar una compañía que pretenda llevar a cabo la transición a lo 'digital'?

El impacto de la transformación digital sobre las organizaciones y las personas es un hecho trascendental. Los procesos de

"Las tecnologías que más ayudarán a realizar el proceso de transformación digital, serán aquellas que aporten simplificación en los procesos de negocio y una experiencia excelente de uso al usuario o consumidor, dotándole de innovación y productividad real"

negocio en las cadenas de valor serán transformados, lo que generará en las empresas importantes cambios estructurales, tanto en sus modelos de negocio, máquinas y sistemas, como en la adaptación de las personas a un nuevo paradigma tecnológico.

Los primeros pasos en el proceso de transformación deberán llevar implícitas grandes dosis de planificación y adecuación en este giro exponencial, donde las empresas tendrán que gestionar el cambio con eficacia y formar a los profesionales en las nuevas disciplinas para afrontar con éxito la transformación y la adaptación al cambio.

Ante esta realidad de cambio los CEOs, inversores y empresarios deberán hacerse algunas preguntas de perímetro estratégico: ¿cuál es el impacto real en mi modelo de negocio y en mis procesos?, ¿qué nuevas capacidades debo desarrollar para abordar con éxito el proceso y hacerlo sostenible?, ¿mi modelo de negocio es compatible con el cambio?

¿lo debo cambiar entonces?, ¿tengo un socio tecnológico adecuado que me asesore y acompañe en el proceso de transformación?

### ¿Qué tecnologías son las que más ayudan a las empresas en su transformación digital?

Las tecnologías que más ayudarán a realizar el proceso de transformación digital serán aquellas que aporten simplificación en los procesos de negocio y una experiencia excelente de uso al usuario o consumidor, dotándole de innovación y productividad real.

Del mismo modo, la incorporación de tecnología innovadora y disruptiva, logrará sin lugar a dudas aumentar las ventas de las empresas que la utilicen, ayudándoles a gestionar mejor sus recursos y a dotarse de innovaciones que faciliten un progreso real y sostenible en el futuro.

Un claro ejemplo es la tecnología SAP S/4HANA que aún una nueva plataforma de gestión empresarial de última generación, que incluye base de datos SAP HANA en memoria y que se caracteriza por la simplificación, aumento espectacular del rendimiento y un interfaz de usuario muy sencillo e intuitivo.

SAP S/4HANA soporta Internet of Things (IoT), Big Data, Analytics en tiempo real, Movilidad, la integración de sistemas de terceros, etc.

**WILLIAM KHALIL**

Presidente de / *Chairman of* SUGEN y miembro de la Junta / *and Board Member of* SUGMENA

**EMPRESA DEL SECTOR PETRÓLEO Y GAS / OIL AND GAS COMPANY**

Implementación SAP HANA, Gestor de Proyectos IT/BID, Líder del Programa de IT Analytics y Miembro del Programa de Preparación IT/OT

*SAP HANA Implementation, IT/BID Project Manager, IT Analytics Program, Head, and IT/OT Readiness Program*



# “La relación con SAP está en su mejor momento”

## “The relationship is at its best with SAP”

Entrevistamos a William Khalil, Presidente de SUGEN, la Red Ejecutiva de Grupos de Usuarios de SAP, cuya función es gestionar retos globales, principalmente de tipo estratégico para las 19 Asociaciones que actualmente forman parte de ella. Nos cuenta cómo funciona SUGEN, el valor que aporta a sus socios y sus objetivos.

*We spoke to William Khalil, President of SUGEN, the SAP User Group Executive Network, whose role is to address global challenges, mainly strategic, for the 19 User Groups that are part of it. He outlines how SUGEN works, the value it brings to its members and its future objectives.*

### **¿Cuál es la ventaja de pertenecer a SUGEN para sus miembros?**

SUGEN es una red de grupos de usuarios dirigida a colaborar e influir en SAP a nivel estratégico, así como en otros ámbitos. Los miembros de los grupos de usuarios reciben información, tratan distintos asuntos, y participan en actividades que son, principalmente, exclusivas de SUGEN y de sus participantes. Estas actividades no se llevan a cabo entre los grupos de usuarios y las filiales. El objetivo consiste en no repetir o hacer lo que ya practicamos en nuestras comunidades, sino hacer algo distinto entre los miembros de SUGEN y SAP.

### **What is the value of SUGEN membership for those who participate?**

*SUGEN is a network of User Groups with the objective to strategically collaborate and influence SAP at a strategic level as well as at other levels. User Groups participants get to receive information, discuss matters, and participate in activities that are unique to SUGEN and participants mainly that are not done between User Groups and the subsidiaries. The focus is not to repeat or do things that we practice in our communities but to do things different between SUGEN members and SAP.*

### **¿Cuáles son los logros principales de SUGEN desde que usted se unió hace año y medio?**

Como Presidente de SUGEN, mi misión consiste en desempeñar la función de un participante activo que forma parte del CLT (Core Leadership Team). La interacción con los directivos de SAP, con GUGO (Global User Group Organization) y todos los miembros de SUGEN fue nuestro factor clave para el éxito. El éxito de SUGEN reside en que podemos contribuir a garantizar que se comparta el contenido entre sus miembros y que haya plena coordinación y colaboración entre estos y SAP.

### **What are the main achievements of SUGEN since you joined a year and a half ago?**

*As SUGEN chairman, my objective was to play the role of an active participant who is engaged in the Core Leadership Team (CLT). The interaction with SAP executives, the Global User group Organization (GUGO), and all SUGEN members was the key to success. The success is realized in how I can contribute to ensure that the content is shared amongst SUGEN members and full coordination and collaboration exists between the members and SAP.*

**¿Cómo se adapta SUGEN a las necesidades y los requisitos locales de los grupos de usuarios? ¿Cuáles son los retos principales de este ámbito?**

SUGEN ofrece a todos los grupos de usuarios la oportunidad de ampliar su alcance a SAP. La verdad es que SAP es la única empresa que presta un alto grado de atención al cliente. Atender al cliente es una parte muy importante, pero lo más importante es la acción. SUGEN puede dirigir el interés mutuo entre los grupos de usuarios con SAP de manera directa y global, en especial a nivel estratégico. No existen reglas sobre lo que cualquier grupo de usuarios puede presentar a SUGEN o a SAP, pero estamos abiertos a cualquier problema o desafío. El equipo GUGO, dirigido por Yasmin Awwad, puede adaptarse para ayudarnos a hacer frente a todos los retos que surjan en todos los niveles de SAP. El desafío principal para el CLT es seguir animando a los grupos de usuarios para que compartan sus retos y problemas, de forma que podamos gestionarlos con rapidez.



**How does SUGEN adapt to the local requirements and needs of the User Groups? Which are the main challenges in this area?**

SUGEN is an opportunity for all User Groups to extend their reach to SAP. In fairness, SAP is the only company that listens to the customer to a high extent. Listening is a great part but what is more important is the action. SUGEN, and at a global level can address mutual interest amongst user groups with SAP direct especially at a strategic level. There are no rules on what a user group can present to SUGEN or SAP but we are open to address any issue or challenge. The GUGO team headed by Yasmin Awwad is flexible to help us address all challenges to all levels in SAP as per need basis. The main challenge for the CLT is how to keep steering the encouragement for the user groups to share their challenges and issues so we can address at a fast pace.

**¿Cómo pueden transmitir los distintos grupos de usuarios de SAP estos beneficios a sus asociados?**

Los grupos de usuarios de SAP pueden aprovechar todo el contenido que ofrecemos durante las dos reuniones presenciales con sus comunidades. Normalmente, los miembros de SUGEN determinan con SAP qué contenido se compartirá a nivel público, y cuál se compartirá únicamente con los asistentes. Todo el contenido proporcionado en la convocatoria mensual de los miembros se podrá compartir dentro de la comunidad. En general, los miembros de SUGEN tienen acceso a un amplio conjunto de información que pueden comunicar a sus miembros. La función de SUGEN consiste en gestionar retos globales, principalmente, de tipo estratégico dado que los 19 grupos de usuarios pueden obtener resultados de forma colectiva.

**¿Cuáles son los objetivos principales de SUGEN para los próximos años? ¿Cuáles son los de la red directiva?**

El mayor objetivo de SUGEN es reforzar su posición como red de grupos de usuarios, con nuevos grupos de usuarios en la red que potencien el valor real. Asimismo, SUGEN seguirá sacando partido de la relación con SAP para llevar a cabo intercambios de manera conjunta y efectiva, debatiendo y tratando cuestiones estratégicas tanto para los miembros de SUGEN como para SAP. Por último, SUGEN seguirá colaborando con sus miembros mediante una plataforma de comunicación abierta y transparente para intercambiar prácticas recomendadas que puedan beneficiar a todas las

**How can the different SAP User Groups translate these**

**benefits to their associates?**

The SAP User Groups can leverage all the content that we deliver during the two face to face meetings to their communities. Normally, SUGEN members with SAP agree on the content to share in public and the content to share with only the attendees. All content delivered on the monthly member call can be shared within the community. In general, SUGEN members have access to a diverse set of information that they can communicate to their members. SUGEN's role to address global challenges and mainly strategic because jointly the 19 User Groups can collectively make an impact.

**What are SUGEN main goals for the next years? And the main goals of the executive network?**

The main goal of SUGEN is to strengthen its position as a network of User Groups with more User Groups to join the network leveraging the value realization. Also, SUGEN will continue capitalizing on the relationship with SAP to jointly conduct effective exchanges discussing and addressing strategic topics mutual for both the SUGEN members and SAP. Last, SUGEN will continue its collaboration amongst its members using an open and transparent platform of communication to exchanges best practices that can benefit all user communities. SUGEN is open to ideas that do stem from the face to face meetings with the objective to enhance its communication, collaboration, and strategic influence with SAP.

comunidades de usuarios. SUGEN está abierto a ideas que surjan de las reuniones presenciales con el objetivo de mejorar su comunicación, colaboración e influencia estratégica con SAP.

### **Desde su punto de vista, ¿cuáles son los mayores desafíos de los grupos de usuarios locales?**

Creo que el mayor desafío para los grupos de usuarios locales son las barreras entre las filiales de SAP y los grupos de usuarios. En la mayoría de los casos que conozco, las filiales de SAP se centran más en las ventas que en los servicios y la atención al cliente. Estamos trabajando con SAP para intentar cambiar este pensamiento, pero será un proceso que nos llevará tiempo. Considero que SAP debería encontrar un equilibrio entre su equipo de ventas y su atención al cliente. Como cliente y miembro de SUGEN, lo que más me interesa es cómo puedo potenciar mi inversión con SAP y cómo puedo conseguir la mejor rentabilidad de mis inversiones. El coste total de propiedad depende de mi conocimiento de SAP y de mi actitud como consumidor efectivo de tecnología.

### **¿Qué Focus Groups son ahora prioritarios para SUGEN?**

En la actualidad estamos trabajando con SAP en diversos frentes que nosotros denominamos foros. Los foros que están en marcha ahora mismo son el foro de autorizaciones, el foro de adopción y pronto lanzaremos el foro de mantenimiento. Cabe mencionar que SAP S/4 HANA ha estado en lo alto de nuestra lista de debates con SAP y ambos hemos obtenido excelentes resultados. Estoy seguro de que el nuevo anuncio de SAP, que será el SAP BW4HANA, llamará nuestra atención.

### **¿Cómo define la relación entre SUGEN y SAP?, ¿qué tiene que cambiar para que se obtengan más beneficios de esta colaboración?**

La relación con SAP está en su mejor momento, aunque siempre se puede mejorar, por supuesto. Se debe trabajar con SAP manteniendo una relación basada en el respeto, la sinceridad y la transparencia. Al fin y al cabo, SAP es una empresa que busca vender tecnología y soluciones de negocio al consumidor. Al otro lado de la tecnología y las soluciones se encuentran los miembros de SUGEN, cuyo objetivo es aprovechar y utilizar los productos lo mejor posible. Cuanto más colaboremos, resultará más fácil para ambas partes solucionar nuestros problemas y desafíos. No podemos trabajar uno en contra del otro, sino juntos.

### **¿Cómo participa la región MENA (Oriente Medio y Norte de África) en SUGEN y se beneficia de ello?**

Los miembros de SUGEN se pueden beneficiar de SUGEN sin excepciones como una red reconocida con SAP. Valoramos mucho el apoyo que nos brindan Bill McDermott, CEO de SAP, y toda la junta directiva de SAP. El acceso a SUGEN por parte de los directivos de

### **In your opinion, which are the biggest challenges of local User Groups?**

*In my opinion, the biggest challenge for the local User Groups is the barriers between the SAP subsidiaries and the User Groups. In most of the cases that I know about, SAP subsidiaries are more focus on the sales part versus the services and customer support. We are working with SAP trying our best to change this thinking but it will be a journey that we are working to change. I think that SAP should draw a balance between its sales force and its support and customer satisfaction. As a customer and as a SUGEN member, my primary interest is on how I can best leverage my investment with SAP and how I can achieve the best of the return on my investment. The best TCO can be achieved by how much I know how to use SAP and act as an effective consumer to the technology.*

### **Which Focus Groups are right now priority to SUGEN?**

*Currently, we are working with SAP on several fronts that in our terms we call them charters. The running charters are the licensing charter, adoption charter, and soon to be launched will be the value of maintenance charter. I should not forget that SAP S/4 HANA has been on our top list of discussions with SAP with excellent results that we mutually did achieve. I am confident that the latest announcement from SAP will get our attention which is the SAP BW4HANA.*

### **How do you qualify the relationship between SUGEN and SAP?, Which things have to change in order to get more benefits from this collaboration?**

*The relationship is at its best with SAP and definitely there is a room of improvement at all times. Working with SAP should be on the basis of mutual relationship with respect, honesty, and transparency. At the*

*end of the day, SAP is a company that is after selling technology and business solutions for the consumer. SUGEN members on the receiving side of the technology and solutions are after leveraging and using the products to the best that they can achieve. The more we collaborate the more we can solve our issues and challenges to the best from both parties. We cannot work against each other but we need to work together.*

### **How does MENA's associates participate and benefit from SUGEN?**

*SUGEN members without any exception can benefit from SUGEN being a recognized network with SAP. Our support from Mr. Bill McDermott, SAP CEO and all the SAP Executive Board is highly appreciated. SUGEN access to the SAP Executives has no restriction and we always tend to achieve the best of our relationship with SAP. As MENA associates,*

"Se debe trabajar con SAP manteniendo una relación basada en el respeto, la sinceridad y la transparencia"

"Working with SAP should be on the basis of mutual relationship with respect, honesty, and transparency"

SAP no presenta restricciones y siempre intentamos sacar lo mejor de nuestra relación con SAP. Como asociados de MENA, todas las partes que trabajan con SUGEN y SAP comparten valor.

### **¿Cómo contribuye a su grupo de usuarios su afiliación a SUGEN?**

Nuestra pertenencia a SUGEN tiene una gran ventaja porque contamos con acceso a los directivos de SAP, programas, colaboraciones, comunicación de SUGEN, reuniones presenciales, intercambios directivos, prácticas recomendadas, canales de influencia y seminarios web de SAP. Como grupo de usuarios, aún no hemos tenido la oportunidad de alcanzar ni comunicarnos con SAP ni con otros miembros de SUGEN a nivel mundial.

### **Su trabajo como miembro del Consejo de Administración de SUGMENA y Presidente del CLT de SUGEN le quita mucho tiempo de su vida personal y profesional. ¿Qué beneficios tiene esta situación? ¿Su empresa reconoce la importancia y el valor de su dedicación?**

Mi función como miembro del Consejo de Administración de SUGMENA y como Presidente de SUGEN es un compromiso y un interés personal por estar activo en mi comunidad y a nivel mundial. Los dos puestos me ayudan a desarrollarme en diferentes aspectos y ejercen un impacto directo y positivo en mi futuro compromiso con mi formación continua, pues estoy realizando mi doctorado con la Universidad de Fénix. Sí, requiere tiempo, pero se puede lograr con una organización eficaz y ya he conseguido terminar un año y medio sin problemas. Para mí, los beneficios son la red y la gente que conozco en mi campo, especialmente en el entorno de SAP. Claro que mi empresa reconoce mi dedicación.

### **¿Conoce el trabajo que realizamos en AUSAPE?, ¿qué cambios nos recomienda desde su experiencia nacional e internacional?**

Conozco parte del trabajo de AUSAPE, especialmente el que se llevó a cabo cuando David Ruiz formaba parte del CLT. Recomendando que AUSAPE continúe con su implicación con SUGEN y su representación en el CLT, así como en la ejecución de nuevos foros o proyectos. Cuanto más se implique AUSAPE, mejor podrá ser nuestra red. De cara al grupo de usuarios hispanohablantes, AUSAPE puede ser un gran apoyo para contar con más grupos de usuarios, porque en SUGEN el idioma no es una barrera. Juntos, como red, estamos marcando la diferencia.

### **En su opinión, ¿cuáles son las diferencias principales entre los grupos de usuarios de cada país?, ¿se trata de diferencias culturales, técnicas, organizativas o de madurez?**

La diferencia entre los grupos de usuarios de cada país que forma parte de SUGEN es el nivel de madurez, pero los problemas y los retos son los mismos. Cuando hablo de madurez, me refiero a la existencia de grupos de usuarios que cuentan con el apoyo de sistemas de back-office que les permiten realizar más actividades que el resto. Con SUGEN, todos somos iguales. Como miembros, animamos a que los demás sean activos, y participen en todos los programas, foros y debates. El idioma no es un problema, sino un reto menor. Todos los miembros de SUGEN trabajamos juntos para superarlo. Por último, SUGEN es una red efectiva entre 19 grupos de usuarios de todo el mundo con un objetivo común: suponer una influencia estratégica en SAP, colaborar con sus miembros y SAP, y compartir conocimientos y prácticas recomendadas.

*the value is mutual between all parties working within SUGEN and with SAP.*

### **What does your membership with SUGEN contribute to your User Group?**

*Our membership with SUGEN has great benefit because we got access to the SAP Executives, programs, collaboration, SUGEN communication, face to face meetings, Executive Exchanges, Best Practices, Influence Channels, and SAP Knowledge Webinars. As a User Group, we did not have the opportunity in the past to outreach and communicate with SAP and other SUGEN members globally.*

### **Your work as a Board Member of SUGMENA and Core Leadership Team Chairman of SUGEN takes you a lot of time from your personal and professional life. Which benefits can you take it from this situation? Does your company recognize the importance and the value return of your involvement?**

*My role on the SUGMENA Board and being the SUGEN Chairman is a dedication and personal interest to be active in my community and globally. Both engagement will help me self-develop myself on different front and has a direct positive impact on my future engagement with my continuous education pursuing my doctor program with Phoenix University. Yes, it requires time but with effective time management and I did manage to finish a year and a half and all is great. My benefit is only on the network and the people that I meet in my domain and in particular in the SAP world. My company do recognize to a certain level my involvement.*

### **Do you know some of the work we do in AUSAPE? Which changes can you recommend us, from your national and international experience?**

*I do know some of the work under AUSAPE especially during the period of having David Ruiz on the CLT team. I recommend that AUSAPE can continue its engagement with SUGEN and its representation in the CLT as well as in the running charters or projects. The more AUSAPE can engage the better our network can be. On the front of Spanish Speaking User Groups, AUSAPE can be a great supporter for onboarding more User Groups because under SUGEN, the language is not the challenge. Together as a network, we are making the difference.*

### **In your opinion, which are the main differences between the User Groups of each country? Cultural, technical, organizational or in terms of maturity?**

*The difference between the User Groups of each country under SUGEN is the maturity level but the issues and challenges are the same. What I mean by maturity is the existence of User Groups that are supported by back offices making them capable of performing more activities than the others. Under SUGEN, we are all the same and as members we encourage each other to be active, and engage in all programs, charters, and discussions. The language is not an issue but a minor challenge that all SUGEN members are working together to overcome. In closing, SUGEN is an effective network amongst 19 User Groups from around the world with common objective to strategically influence SAP, collaborate amongst its members and SAP, share knowledge, and best practices.*

**CHRIS CRONE**

Vicepresidenta Ejecutiva de Comunidades y Relaciones Estratégicas  
/ SVP Strategic Communities and Relationships of ASUG America  
(Grupo de Usuarios de SAP en EE.UU / America's SAP User Group)



**“Durante 25 años, nuestra asociación se ha desarrollado sobre los pilares del Networking, la Influencia y la Educación”**

***“The pillars of Networking, Influence and Education have supported our membership for 25 years”***

Entrevistamos a Chris Crone, que nos habla de la evolución del Grupo de Usuarios de SAP en Estados Unidos, país que representa uno de los mayores mercados de SAP a nivel mundial. Este grupo aglutina a 3.500 empresas y su propuesta gira en torno a la influencia en SAP y a ofrecer valor a sus afiliados.

*AUSAPE interviewed Chris Crone to get an insight into the evolution of the America's SAP User Group (ASUG), which represents one of the largest markets for SAP worldwide. It has a membership base of over 3,500 organizations, and is focused on influencing SAP and delivering value to its affiliates.*

**¿Cuándo se fundó el Grupo de Usuarios?**

ASUG se fundó en 1991, a través de cuatro grandes empresas estadounidenses. Estas compañías tenían grandes implementaciones de SAP, y tenían dificultades a la hora de aprender a hacer un mejor uso del software y a influir a nivel individual en SAP en cuanto a las mejoras de software. Además, no existía ningún entorno de networking peer to peer donde compartir las mejores prácticas. Por eso se creó ASUG.

**When was the User Group born?**

*ASUG was founded in 1991 with representation from 4 large US companies. These companies all had major SAP implementations and were struggling to learn to better use the software and how individually they could influence SAP on software enhancements. Additionally, there was no peer to peer networking environment to share best practices. Thus, the foundation of ASUG.*





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

En los primeros años, la afiliación a ASUG era exclusivamente para “empresas” que utilizaban SAP. Después, se reconoció la importancia de la comunidad de partners y ASUG cuenta, entre sus afiliados, con un gran número de consultoras, particulares y proveedores de software, etc. Todos ellos forman parte de la comunidad en general.

### **¿Cuántos miembros hay y cuál es el perfil de las organizaciones que pertenecen a ASUG?**

En el año 2016, ASUG tiene 3.500 empresas afiliadas y más de 100.000 personas. La mayoría de esos 100.000 particulares son personal de informática y de soporte de SAP, y analistas de negocio. En los últimos años, ASUG se ha centrado en el contenido para personas que trabajan en las Líneas de Negocio. Ellos son los usuarios de los sistemas y, en muchos casos, influyen y generan impacto sobre las decisiones de software que se toman en sus empresas. Aún más en la actualidad, ya que cada vez hay más servicios de soluciones Cloud.

### **Desde su punto de vista, ¿cuál es el valor estratégico que el Grupo de Usuarios ofrece a las empresas que forman parte de él?**

Los fundamentos de ASUG no han cambiado. Durante 25 años, nuestra asociación se ha desarrollado sobre los pilares del Networking, la Influencia y la Educación. Las formas en que creamos contenido en función de estos pilares han cambiado, pero todo está ligado a nuestra esencia: Networking, Influencia y Educación.

### **¿Cuáles son los hitos clave de su Grupo de Usuarios?**

Durante 17 años la gestión de ASUG se llevó a cabo por «voluntarios». Había un Consejo de Administración que, con la ayuda de una empresa de gestión de asociaciones, dirigía la actividad de ASUG. El Consejo se encargaba de todo: los presupuestos, la planificación de eventos, las reuniones con SAP... solo había que pedirlo y el Consejo lo hacía. En 2006 se determinó que, para conse-

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

*In the early years, ASUG membership was only for “companies” that ran SAP. The importance of the partner community was recognized and ASUG has an “affiliate” membership type for the large population of consulting firms, individuals and software providers....all of whom are part of the larger community.*

### **How many members does it have, and what is the profile of the organizations that belong to it?**

*In 2016, ASUG has 3,500 member companies and over 100,000 individuals that have registered. The majority of the 100,000 are IT, SAP support staff and Business Analysts. ASUG has been focusing on content for individuals in the Line of Business for the past few years. They are the users of the systems and in many cases have influence and impact on software decisions within their companies. This is now even more true with the growing offerings of “cloud” solutions.*

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

*ASUGs foundation has not changed. The pillars of Networking, Influence and Education have supported our membership for 25 years. The ways we deliver content around these pillars has changed but everything ties back to our core: Networking, Influence and Education.*

### **Which are the key milestones of your User Group?**

*For 17 years, ASUG was “volunteer” managed. There was a Board of Directors, who with the assistance of an association management company, ran the business of ASUG. The Board did everything. Budgets, event planning, meetings with SAP, you name and the Board did it. In 2006, the decision was made that in order to really grow ASUG, be more impactful to the membership, ASUG needed to organizationally mature. Thus, the decision to hire a CEO and the CEO build the Team to manage ASUG. Now ASUG has just under 50 employees. We still have a great relationship with the association management firm who has been our partner for 25 years.*

guir que ASUG realmente creciese y produjese un mayor impacto en los socios, debía tener madurez a nivel organizativo. Por ello, se tomó la decisión de contratar a un CEO, que creó el equipo para gestionar ASUG. Ahora ASUG cuenta con menos de 50 empleados. Todavía tenemos una gran relación con nuestro partner de gestión, con la que hemos colaborado durante 25 años.

### ¿Cómo es la relación entre el Grupo de Usuarios y SAP a nivel local, y cómo es con SAP SE?

ASUG ha creado y mantenido una colaboración con SAP Americas durante 25 años. Hemos tenido suerte de estar cerca de Palo Alto. A lo largo de los años, muchos ejecutivos globales han viajado allí y hemos podido mantener reuniones. Dada la distancia con Alemania, ASUG y SAP SE siempre han tenido que esforzarse por mantener un diálogo continuo y puntual. En 2016, la relación es, probablemente, más sólida que nunca. Tenemos una mejor colaboración, alineación y comunicación bidireccional.

### ¿Cuáles son sus objetivos principales para los próximos dos o tres años?

Como para la mayoría de Grupos de Usuarios, para ASUG es muy importante la forma en que abordamos las necesidades de la comunidad en torno a las adquisiciones Cloud. Además, queremos cubrir las necesidades del usuario de las Líneas de Negocio y, por último, seguir aumentando nuestro número de socios. Sabemos que el 100% de los clientes norteamericanos no son miembros de ASUG. ¿Cómo podemos lograr que eso ocurra?

### ¿Qué ventajas supone formar parte de SUGEN para el Grupo de Usuarios?

ASUG ha sido parte activa de SUGEN desde su creación, y muchos de los foros iniciales supusieron un impacto en las decisiones y conductas de SAP. Colaborar como una "unidad" tiene más impacto que un Grupo de Usuario que intenta trabajar por su cuenta. Además, la puesta en común de las mejores prácticas es esclarecedora. Por último, todos los Grupos de Usuarios tienen, prácticamente, las mismas misiones. Si surgen oportunidades de compartir casos de éxito, todos salimos beneficiados.

### ¿Conoce el trabajo que realizamos en AUSAPE? ¿Qué cambios nos recomienda desde su experiencia nacional e internacional?

Qué pregunta tan interesante. Comprender las necesidades reales de los afiliados puede resultar extremadamente útil. En ASUG hemos tenido éxito con encuestas muy cortas que enviamos a los miembros para conocer su valoración. También abogo por trabajar sobre uno de los dos ámbitos más sólidos de la organización. Determinar cuáles son esos dos ámbitos/servicios, y desarrollarlos.



### How is the relationship between the User Group and SAP at a local level and with SAP SE?

ASUG has created and maintained a partnership with SAP Americas for 25 years. We have been fortunate to have Palo Alto close to us. Over the years many Global executives have traveled there and meetings have been possible. Given the distance to Germany, ASUG and SAP SE have always had to work hard to keep dialog steady and timely. In 2016, the relationship is probably stronger than ever. Better partnership, alignment and 2 way communication.

### What are your main goals for the next two or three years?

Like most of the User Groups, how do we approach the community needs around the Cloud acquisitions is very key to ASUG. Additionally, meeting the needs of the Line of Business User. And finally, continuing to grow our membership. We know we do not have 100% of the North American customers as ASUG members. How can we make that happen?

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

ASUG has been active in SUGEN since the inception and several of the initial Charters impacted SAP decisions and behaviours. Collaborating as a "unit" has more impact than each User Group trying to address on their own. Also, the sharing of best practices is insightful. Lastly, all the User Groups have nearly the same missions. If there are opportunities to share success stories, we all benefit.

### Do you know some of the work we do in AUSAPE? Which changes can you recommend us, from your national and international experience?

This is an interesting question. Really understanding what your membership base really needs can be very powerful knowledge. ASUG has had good success with creating very short surveys which go to the Members for their input. I also am an advocate for building on the one of two things an organization does well. Determine what those two areas/offers are and build up them.

# TRAVEL MANAGEMENT SUITE

TMS ÚNICA SOLUCIÓN ALL-IN-ONE  
PARA LA INDUSTRIA HOTELERA

Solución para la gestión integrada y end to end,  
implantada en más de **800** hoteles y **32** países.

Ayudamos a las cadenas hoteleras a minimizar  
sus costes de operación y mejorar su gestión.

**1ª EMPRESA ESPAÑOLA**  
**GLOBAL SERVICES PARTNER SAP**

**MÁS DE 2.000 PROFESIONALES ESPECIALIZADOS**



# Asociados Especiales de AUSAPE







# Cómo explota FCC Servicios Ciudadanos las capacidades de SAP BW powered by SAP HANA

Hace unos años el proyecto de implementación de SAP BW powered by SAP HANA por parte de FCC Servicios Ciudadanos era reconocido por SAP con un SAP Quality Award en la categoría Bronze. Esta iniciativa tecnológica no ha dejado de evolucionar para generar importantes beneficios a la organización.

Pedro Baraza, Director de Aplicaciones e Innovación de FCC Servicios Ciudadanos, nos habla de este proyecto.

La iniciativa, previa a los planes de transformación digital de la multinacional, “surge de la falta de rendimiento de nuestra anterior plataforma para hacer frente a las necesidades de reporting de la compañía”, explica el directivo.

La compañía sopesó varias opciones, como aumentar el hardware, invertir en código para optimizar los informes y la migración a un nuevo sistema de Business Warehouse. Las dos primeras fueron descartadas.

FCC, organización que se define como una compañía “SAP-centric”, evaluó diferentes soluciones, pero decidió que “por continuidad e integración con nuestros sistemas, la propuesta de SAP (con SAP Business Warehouse powered by SAP HANA) era la que más se adecuaba a nuestras necesidades. Además, era una apuesta muy interesante tecnológicamente en ese momento”, explica Pedro Baraza.

Como subraya el Director de Aplicaciones e Innovación, la firma se convirtió en 2011 en “pionera” en España en la implantación de esta solución.

## RETOS DE NEGOCIO E IMPLANTACIÓN

Con la iniciativa, el equipo de TI pretendía resolver tanto los retos de rendimiento de su sistema existentes, así como los relacionados con la calidad del dato. “Además, y no menos importante, devolver a la organización la confianza en los informes que se generaban”, subraya Baraza.

Como suele ser habitual en este tipo de proyectos, durante el periodo de implementación operaron en paralelo el sistema tradicional y el nuevo. Una vez implantado el sistema, migramos todos los informes. Cuando comprobamos que la nueva solución podía acceder y capturar los datos de la misma forma que el anterior sistema, hubo un periodo en el que funcionaron en paralelo los dos sistemas y, finalmente, se procedió a una parada radical del



anterior sistema y entró en productivo SAP Business Warehouse powered by SAP HANA.

Desde entonces, ya en explotación, se han aplicado un mantenimiento evolutivo, que ha servido para crear nuevos informes y mejorar los ya existentes. Es un proyecto que sigue vivo en la organización, que tiene la intención de optimizar más el sistema.

### BENEFICIOS DEL PROYECTO

Con SAP Business Warehouse powered by SAP HANA, el directivo del área de Aplicaciones e Innovación de FCC Servicios Ciudadanos indica que la organización ha vuelto a confiar en los informes, uno de los objetivos prioritarios que perseguía.

“Se han revisado los informes que había y se han optimizado, además de eliminar los informes que no se utilizaban. Tenemos un control y estadísticas de uso y hemos pasado del informe tradicional de BW a un concepto de cuadro de mandos”, prosigue.

Esta labor ha dado como resultado que inicialmente eran informes muy utilizados por las áreas de Finanzas y Recursos Humanos, pero se ha extendido su uso a otros departamentos como Compras y Legal. Además, cada área empieza a tener nuevas necesidades a medida que se conoce su potencial.

FCC Servicios Ciudadanos dispone ahora de informes más completos, más complejos y de mayor alcance, y más personalizados.

La iniciativa sigue avanzando en el tiempo. Este mismo año ha concluido el *upgrade* de BW, se quiere seguir optimizando el sistema para ofrecer aún más rendimiento a sus negocios, y se forma constantemente a los usuarios en el uso avanzado de BW para dotarles de autonomía y aprovechar al máximo los beneficios de la solución.

### PROYECTOS EN EL PUNTO DE MIRA

Además de optimizar su sistema de Data Warehouse, la empresa tiene planes de migración desde la versión 10 de SAP BPC a la Embedded para optimizar no sólo el control presupuestario sino también del gasto. Se trata de un proyecto que implica cambios en la forma de desarrollar y en el código.

También se priorizarán en el corto plazo las iniciativas relacionadas con la gestión de proyectos.

## La organización

FCC Servicios Ciudadanos es un referente internacional en los sectores de servicios medioambientales, agua e infraestructuras.

FCC Medio Ambiente presta servicios de saneamiento urbano tanto en España como otros países de Europa, África y América.

Entre ellos destacan la recolección, tratamiento, reciclado, valorización energética y eliminación de residuos sólidos urbanos; limpieza de vías públicas; mantenimiento de redes de alcantarillado; mantenimiento y conservación de zonas verdes; y tratamiento y eliminación de residuos industriales.

En el sector del agua, a través de su sociedad cabecera FCC Aqualia, da respuesta a todas las necesidades de organismos públicos, empresas privadas y usuarios particulares, en cada fase del ciclo integral del agua para todos los usos, ya sea consumo humano, industrial o agrícola.

El ciclo integral del agua abarca desde la captación, potabilización y tratamiento, distribución y depuración de las aguas residuales para su posterior depuración y devolución en condiciones óptimas al medio natural.

FCC Aqualia, que ofrece sus servicios en 21 países, es la primera empresa privada española de gestión integral de agua en España, la tercera en Europa y la sexta del mundo, según el último ranking de la publicación especializada Global Water Intelligence.

En Infraestructuras, el Grupo desarrolla su actividad en las áreas de Construcción, Industrial, Cementos, Concesiones e Inmobiliaria, y opera principalmente a través de FCC Construcción, FCC Industrial, Cementos Portland Valderrivas y FCC Concesiones.

En este ámbito ofrece servicios integrales, ejecutamos la obra, consiguiendo ahorros reales en la inversión y en la explotación y, además, ofrece a sus clientes soluciones innovadoras y eficaces.

**Sede:** Las Tablas (Camino de Santiago, 40)

**Número de empleados:** 47.000

**Website:** [www.fcc.es](http://www.fcc.es)



**Francisco Javier de Antonio Romero**  
Project Manager SAP en Indra

MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL



# Optimización de la tesorería en Meliá Hotels International

A lo largo de su historia, Meliá Hotels International ha protagonizado diferentes procesos de fusión y/o adquisición de cadenas hoteleras que le han permitido crecer a un ritmo vertiginoso. Esta evolución y el foco estratégico en la expansión internacional han permitido a la compañía posicionarse hoy como la primera hotelera española con presencia en mercados clave como China, Oriente Medio o los Estados Unidos, además de mantener su liderazgo en los mercados tradicionales como Europa, Latinoamérica o el Caribe.

El constante y acelerado crecimiento de Meliá Hotels ha supuesto un gran reto para el Departamento de Sistemas de Información a la hora de responder a las necesidades de información que ha abarcado a su organización a todos los niveles.

Parte de esta expansión se ha realizado mediante un proceso de consolidación internacional que Meliá Hotels International ha aprovechado para que el seguimiento y gestión de la capacidad de generación de caja de sus negocios forme parte de cualquier proceso de decisión tanto del Comité de Dirección como del resto de la organización.

Para ello, Meliá Hotels International eligió a Indra como partner SAP. Indra es considerado por Meliá como un partner tecnológico y estratégico capaz de ofrecer soluciones novedosas en sus diferentes áreas de negocio, dando cobertura a todas sus necesidades y procesos de su expansión internacional.

El proyecto se ha abordado en diferentes fases:

- **Fase I: Optimización de la tesorería operativa**, donde se ha centrado en la optimización de los módulos de Cash Management y Liquidity Planner, mejorando la conciliación bancaria y sus procesos de pagos y cobros, con el fin de disponer una posición de tesorería a corto y medio plazo en los diferentes mercados en los que opera, disponiendo siempre de información real y de calidad.
- **Fase II: Gestión de los Instrumentos Financieros y Análisis de Riesgos de Mercado**, donde se está llevando a cabo

la implantación de los diferentes componentes de uno de los módulos más especializados de SAP en el ámbito de la tesorería, Treasury and Risk Management.

Durante el proyecto se ha analizado la búsqueda de una mayor automatización, rapidez y optimización en la gestión de los procesos de tesorería. Con este propósito, se ha provisto al Departamento de Finanzas y Tesorería procesos encaminados a dotar a sus sistemas de las funcionalidades necesarias para reducir al máximo la necesidad de trabajar con “papel físico” para ganar en agilidad, eficiencia y seguridad.

El nuevo sistema de tesorería ha ofrecido a Meliá Hotels International importantes mejoras tanto desde el punto de vista operativo como estratégico. Entre ellas, podemos destacar un mayor conocimiento de la liquidez de cada una de las cuentas con las que trabaja en todo el mundo, la homogeneización de los procesos globales en todos los mercados y una mejora sustancial en su capacidad analítica, factor fundamental para la toma de decisiones estratégicas.

Finalmente, es importante señalar que durante el proyecto ha habido una participación activa entre diferentes áreas y departamentos lo que ha supuesto un trabajo de equipo muy enriquecedor para toda la organización. La información disponible es ahora más automática, más trazable y más accesible, y los datos financieros han ganado en consistencia, calidad credibilidad y, sobre todo, se han convertido en indispensables en los procesos de toma de decisiones.

Durante el proyecto se ha analizado la búsqueda de una mayor automatización, rapidez y optimización en la gestión de los procesos de tesorería





GRAN MELIÁ  
HOTELS & RESORTS

ME  
BY MELIÁ

PARADISUS  
BY MELIÁ

MELIÁ  
HOTELS & RESORTS

INNSIDE  
BY MELIÁ

TRYP  
BY WYNDHAM

Sol  
hotels&resorts

CLUB MELIÁ

MELIÁ Rewards

## Sobre Meliá Hotels

Meliá Hoteles Internacional, fundada en 1956 en Palma de Mallorca (España), es una de las compañías hoteleras más grandes del mundo, además de líder absoluto del mercado español, tanto en el ámbito de ocio como en el de negocio. En la actualidad dispone de más de 370 hoteles distribuidos en 43 países de 4 continentes, comercializados bajo las marcas:

Gran Meliá, Meliá, Paradisus Resorts, ME by Meliá, Inside by Meliá, TRYP by Wyndham, Sol Hotels y Club Meliá.

Actualmente, Meliá Hotels Internacional cuenta con más de 42.000 empleados, con una facturación alrededor de 1738 millones de euros y con un EBITDA de más de 101 millones de euros.

## Sobre Indra

Indra es una de las principales empresas globales de consultoría y tecnología y el socio tecnológico para las operaciones clave de los negocios de sus clientes en todo el mundo. Desarrolla una oferta integral de soluciones propias y servicios avanzados y de alto valor añadido en tecnología, a la que añade una cultura única de fiabilidad, flexibilidad y adaptación a las necesidades de sus clientes. Indra es líder mundial en el desarrollo de soluciones tecnológicas in-

tegrales en campos como Defensa y Seguridad; Transporte y Tráfico; Energía e Industria; Telecomunicaciones y Media; Servicios Financieros; y Administraciones Públicas y Sanidad. Y a través de su unidad Minsait, da respuesta a los retos que plantea la transformación digital. En el ejercicio 2015 tuvo ingresos de 2.850 millones de euros, 37.000 empleados, presencia local en 46 países y proyectos en más de 140 países.



## Ferran Latorre y Seidor llevan Internet of Things a más de 8.000 metros de altura



El alpinista catalán está a una sola cumbre de conseguir su mayor reto: el 14x8000. A lo largo de toda esta aventura, Latorre ha contado con el soporte de un innovador sistema de geolocalización desarrollado por Seidor que permite seguir en tiempo real la evolución de su hazaña.

Según datos de Gartner, en el pasado 2015 se alcanzaron los 4.900 millones de dispositivos conectados a Internet a nivel mundial y se estima que en 2016 la cifra ascenderá hasta los 6.400 millones, prácticamente tantos dispositivos vinculados a la red como habitantes en el mundo. En un contexto en el que la penetración de los smartphones crece a un ritmo imparable y la irrupción de las tecnologías wearables avanza sin descanso, parece sensato afirmar que las oportunidades vinculadas a Internet of Things se convertirán en un elemento clave para el progreso de la economía y para el desarrollo y consolidación de nuevos hábitos de vida.

Vivimos en un entorno hiperconectado en el que hemos interiorizado el uso de las nuevas tecnologías en aspectos tan cotidianos como la gestión de nuestras finanzas, el diálogo con nuestros amigos y familiares o el consumo de productos de entretenimiento. Poco a poco, los últimos avances TIC van abriéndose paso entre las diferentes esferas de nuestras vidas. Entre ellas, el deporte, un ámbito que tradicionalmente se había mostrado reticente a abrazar el desarrollo tecnológico.

No obstante, durante los últimos años, los clubes y deportistas profesionales han identificado en las nuevas tecnologías un gran

potencial para la mejora del rendimiento y la reducción del riesgo de lesiones gracias a la recogida, almacenamiento y procesamiento de datos relacionados con las constantes vitales del deportista, sus movimientos y su desempeño físico. A nivel amateur, la tecnología wearable se ha convertido en una fuente de motivación y mejora para una gran cantidad de deportistas.

Pero no solamente se utilizan para mejorar el rendimiento, la tecnología permite además ofrecer una experiencia mucho más cercana y real a los seguidores de un deporte y trasladar vivencias. Este es el caso por ejemplo de Ferran Latorre, un reputado alpinista catalán para el cual no existe la palabra "límite". Latorre es un amante de los retos y está constantemente buscando nuevas metas con las que poner a prueba su mayor pasión: la montaña. Por ello, meses atrás se fijó el objetivo 14x8000: convertirse en el primer alpinista catalán capaz de coronar las 14 cumbres más elevadas de todo el planeta (más de 8.000 metros de altura) sin necesidad de recurrir a la ayuda de oxígeno artificial, una hazaña solamente conseguida por 15 personas en todo el mundo, hasta la fecha.

Latorre no ha viajado solo, sino que ha contado con el apoyo de sus compañeros de expedición y con la ayuda de Seidor, partner tecnológico del reto y desarrollador de un sistema de geolocalización capaz de monitorizar en tiempo real la evolución de la expedición, ofreciendo con gran precisión detalles como la ubicación, altura, presión, humedad y temperatura en la zona. Así, gracias a la tecnología y a Internet of Things (IoT), los seguidores de Ferran Latorre han podido acompañar al alpinista durante toda su aventura, conociendo en todo momento la evolución de la ascensión y los avances de la expedición.

De esta manera, Ferran Latorre se ha convertido en el primer "alpinista digital" ya que gracias a la tecnología podemos saber dónde se encuentra, así como disfrutar de una experiencia mucho más cercana gracias a sus publicaciones en redes sociales y blog –Latorre fue la primera persona en enviar un vídeo desde un campamento base a ocho mil metros–. Recientemente, el alpinista ha conseguido coronar la cima del Nanga Parbat, la novena montaña más alta del mundo situada en Pakistán, al sur del río Indo, consiguiendo de esta manera su decimotercera cumbre dentro del objetivo 14x8000. Así, solamente quedaría pendiente la ascensión al Everest, prevista para la primavera de 2017. Para entonces, además de ofrecer datos de posición y aspectos atmosféricos, Seidor aspira a mejorar el sistema con el fin de que permita monitorizar y transmitir sus constantes vitales en tiempo real.

**Puede conocer en tiempo real la evolución de la expedición a través de la plataforma desarrollada por Seidor visite:**

[www.himalaia.net/ferranlatorre/](http://www.himalaia.net/ferranlatorre/)  
 @ferranlatorre  
 @seidor  
[www.ferranlatorre.com](http://www.ferranlatorre.com)

**Para más información sobre Seidor:**

[www.seidor.es](http://www.seidor.es)  
[blog.seidor.com](http://blog.seidor.com)



# ¡ASÓCIATE!

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





**Nicolás Vázquez**  
Consultor Senior de Tecnocom



# Iberdrola Ingeniería: la simplificación como palanca de evolución hacia la mejora de la experiencia de usuario

Durante los últimos años, se viene enfocando de múltiples maneras el concepto denominado comúnmente “mejora de la experiencia de usuario”, a la par que se suceden los artículos argumentando las diferentes soluciones que nos permiten ejecutar dicha mejora.

Por supuesto que el principal valor de dichas soluciones es el propio fin que persiguen a través de la mejora de la experiencia del usuario y, finalmente, optimizar la productividad del mismo (y por tanto, también, en el fondo impactar positivamente en la cuenta de resultados, condición imprescindible sin la cual ninguna evolución o transformación de los sistemas sería sostenible económicamente).

Sin embargo, en el caso de soluciones SAP, y concretamente SAP Fiori, puede haber un mayor interés todavía debido a la simplificación de entornos que se puede llegar a realizar.

Por tanto, a la vez que mejoramos la productividad de nuestros usuarios, se estará de manera paralela reduciendo el coste total tecnológico de la solución y, en definitiva, ofreciendo más valor para la cuenta de resultados.



¿Cuántos clientes de SAP, lectores asiduos de esta revista, tienen incorporados componentes superfluos para la mejora de la experiencia de usuario? Seguro que más de uno podría hablar de portales corporativos o de aplicaciones móviles desarrolladas para ejecutar ciertos procesos, por poner algunos ejemplos.

Realmente, y aunque pueda sonar políticamente incorrecto, estos componentes se pueden considerar obsoletos. Si hoy se replanteasen dichas iniciativas de mejora de la experiencia de usuario, y sin ningún tipo de historia que respetar, serían muy pocos los que volverían a optar por esas mismas soluciones.

Esto se debe a que en el fondo, y aunque vuelva a parecer incorrecto, lo cierto es que no se tiene interés en aplicaciones que aporten movilidad a nuestros sistemas de gestión, si no que lo que se requiere es que el sistema de gestión permita el acceso móvil con la naturalidad que el entorno actual lo exige. Esto es precisamente lo que ha conseguido SAP Fiori, dotar de capacidades de acceso multidispositivo a nuestros sistemas de gestión SAP y permitir extirpar de nuestros sistemas estos componentes carentes de sentido, al mismo tiempo que logramos mejorar la experiencia de nuestros usuarios.

Conviene también recalcar que cualquier decisión sobre los sistemas de gestión, su evolución o su transformación debe ser tomada con prudencia y atendiendo a las cuestiones históricas que hayan podido llevar a los sistemas de gestión hasta su realidad actual, con el fin de amortizar y proteger todas las inversiones realizadas en el pasado.

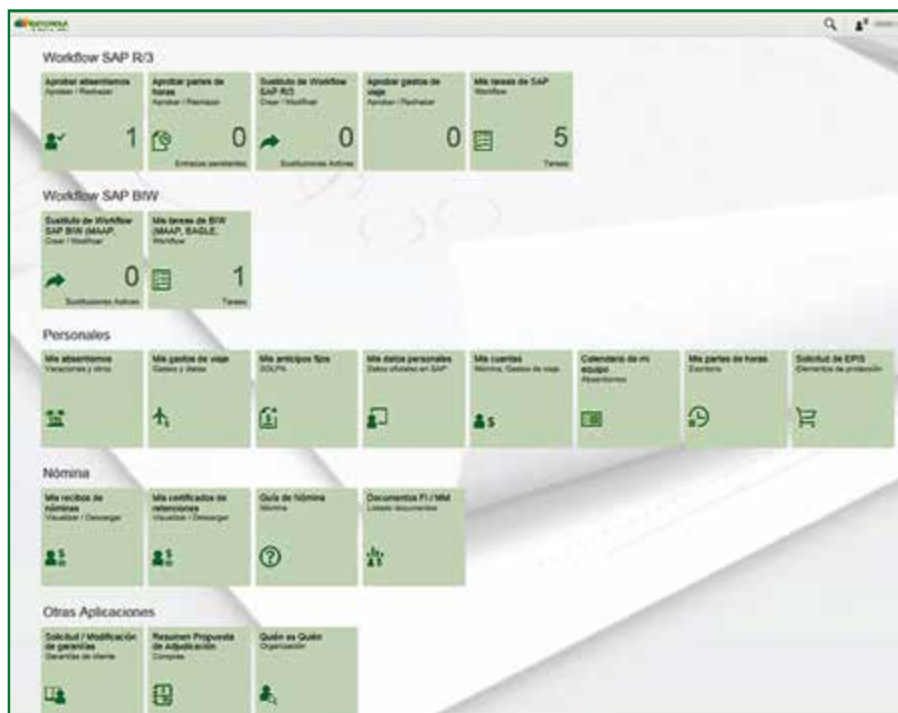
Para proteger dichas inversiones, SAP Fiori permite desplegar en el propio sistema transaccional un buen número de componentes que se hayan podido desarrollar en el pasado como, por ejemplo, bsp, webgui, web dynpro abap, etc. No obstante, es honrado destacar que a través del reaprovechamiento de dichas aplicaciones -previamente construidas-, no se eliminan las

restricciones que puedan venir de sus tecnologías subyacentes. En cambio, sí se puede construir un acceso unificado de cara al usuario, y que el usuario pueda ver un mayor o menor número de aplicaciones dependiendo del dispositivo desde el que acceda y de la tecnología en la que se basen las aplicaciones concretas.

Un ejemplo concreto exitoso y reciente ha sido el proyecto que realizamos conjuntamente TecnoCom e Iberdrola Ingeniería en tan sólo dos meses y en el que se establecieron los siguientes objetivos:

- Eliminar la solución SAP Enterprise Portal que se utilizaba únicamente para el portal del empleado.
- Dotar de acceso multidispositivo a las funcionalidades existentes más importantes del portal del empleado.
- Formación del equipo de mantenimiento y desarrollo interno en un nuevo paradigma como es SAP Fiori
- Establecer una base que contempla las distintas posibilidades de conexión (ECC, BIW, herramientas externas...) y tecnologías a publicar (aplicaciones estándar, aplicaciones a medida, transacciones, WebDynpro ABAP) sobre la que evolucionar la funcionalidad ofrecida en el futuro.

En este caso concreto, para las funcionalidades que debían tener acceso multidispositivo se utilizaron aplicaciones estándar SAP



Fiori, ampliando la funcionalidad necesaria en algún caso concreto, mientras que el resto de aplicaciones se pasaron a ejecutar en otros servidores SAP disponibles (no SAP EP) y se incluyeron en el cockpit común de Iberdrola Ingeniería. El sistema es inteligente para presentar, en función del dispositivo de acceso, las aplicaciones que podrían funcionar correctamente en ellos e inhabilitar las que podrían generar errores.

# 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





**Gonzalo Bas**  
Experto en tecnología Cloud de SAP



# Conecta, transforma y reimagina con Internet of Things

En 1937 el premio Nobel de Economía Ronald Coase escribió uno de sus artículos más conocidos llamado “The Nature of the Firm” en el que defendía la idea de que el propósito de una organización es el de reducir el “coste de transacción (Transaction cost)”. Desde entonces el foco en las distintas líneas de negocio ha sido el de simplificar y reducir estos costes a través de una mayor eficiencia y mejor uso de los recursos.

A día de hoy la transformación digital está cambiando tanto las expectativas de los consumidores, como los objetivos de las empresas, y la economía en su totalidad. Uno de los pilares más importantes de esta transformación digital es, sin lugar a dudas, la hiperconectividad e Internet de las Cosas (IoT) cuya aplicación puede suponer una reducción drástica de los costes de transacción.

El número de usuarios de Internet ha crecido a nivel mundial de una forma increíble en los últimos quince años y se estima que

ahora rondan los 3.000 millones. Igual de sorprendente resulta la ingente cantidad de dispositivos inteligentes recogiendo y enviando información. Los analistas calculan que en el año 2020 habrá más de 25.000 millones de dispositivos inteligentes aportando valor a empresas y personas, y que el mercado total de IoT, compuesto por dispositivos, servicios de IT y conectividad llegará a 1.7 billones de dólares.

Pero hace falta mucho más que océanos de datos provenientes de ininidad de fuentes distintas para cambiar sustancialmente





los modelos de negocio de las empresas tradicionales. No debemos olvidar que no son los datos, sino la información que de ellos podemos obtener, la que supone un cambio de paradigma en los negocios y la que nos permitirá reducir el coste de las transacciones.

A pesar de que muchos de los componentes de IoT, como las redes, los dispositivos inteligentes, o Big Data, aún no han alcanzado todo su potencial, no cabe duda de que éste es el momento de empezar a explorar esta área y definir una estrategia a medio-largo plazo.

Son muchas las empresas que a día de hoy ya han empezado a asumir su transformación digital incluyendo proyectos de Cloud, IoT o Big Data en sus presupuestos, y lanzando pilotos que les permitan analizar el impacto que estas nuevas tecnologías tendrán en el corto, medio y largo plazo.

Para poder llevar a cabo estos proyectos no existe en el mercado una plataforma más idónea que SAP HANA Cloud Platform (SAP HCP), en la que podemos encontrar todos los servicios necesarios para empezar a trabajar sin necesidad de inversiones en infraestructura.

Los servicios de IoT incluidos en la plataforma de desarrollo ágil de aplicaciones SAP HCP están específicamente diseñados para facilitar la implementación de aplicaciones basadas en IoT. Estos servicios proporcionan interfaces para registrar dispositivos y sus tipos de datos específicos, así como mandar los datos a Bases de Datos en la plataforma de forma segura y eficiente.

Los servicios están distribuidos en dos componentes principales: Remote Device Management (RDMS), que emplearemos para registrar nuevos dispositivos y definir el esquema de mensajes, y Message Management Service (MMS), que nos permitirá enviar y recibir mensajes, así como establecer la relación de confianza con los dispositivos. Además, se ofrece una interfaz web llamada IoT Services Cockpit que ofrece un acceso sencillo a los servicios.

El MMS proporciona varias APIs que pueden ser usadas por los dispositivos para mandar los datos a SAP HCP, donde persisten

en las bases de datos de la plataforma. Otra opción es la de enviar la información a Message Brokers, principalmente usados para la traducción de mensajes, o Event Stream Processors.

La seguridad juega un papel muy importante en el despliegue productivo de escenarios de IoT y, por eso, más allá de emplear métodos de programación segura que protejan nuestro despliegue, SAP HCP nos proporciona la posibilidad de emplear tokens OAuth 2.0 para establecer una capa extra de seguridad.

En nuestra experiencia ayudando a clientes con sus planes de IoT hemos tenido ocasión de ser partícipes de infinidad de proyectos con origen en empresas de todos los sectores y con objetivos totalmente dispares. Desde la gestión de aparcamientos hasta el control de la salud de los empleados, pasando por la monitorización de la localización y estado de mercancías en sus envíos, o la gestión de cultivos en campos sensorizados.

Como ya explicó en su día César Martín, Experto en Soluciones Plataforma Tecnológica SAP, para esta misma revista en su artículo del pasado diciembre, existen numerosos casos de uso en los que Internet de las cosas están transformando los negocios entre los que caben destacar las Smart Cities, Vehículos Conectados, o la Logística y transporte, pero no debemos olvidar que los límites de esta tecnología tan solo los establece nuestra imaginación.

Internet de las cosas seguirá creciendo en el mundo de los negocios en los siguientes años. Las empresas descubrirán cómo las soluciones basadas en nuevas capas de conectividad pueden transformar sus procesos operacionales, desbloqueando un enorme valor a través de una mayor calidad y eficiencia gracias a la reducción en los costes de transacción.

#### ENLACES DE INTERÉS:

[hcp.sap.com/index.html](http://hcp.sap.com/index.html)

[www.youtube.com/user/SAPInternetofThings/videos](https://www.youtube.com/user/SAPInternetofThings/videos)

<http://go.sap.com/solution/internet-of-things.html>



**Gaspar Ribas Lequerica**  
Gerente SAP Business Unit en everis



# IoT, la nueva manera de hacer las cosas

Cada día podemos ver cómo los dispositivos móviles y los sensores incrementan su presencia en nuestras vidas y es que la tecnología digital, además de avanzar en prestaciones y disminuir en tamaño, abarata el coste debido a su utilización masiva; así, nos encontramos cada vez con más objetos con sensores, cámaras y opciones de comunicación con su entorno.

La miniaturización de los componentes permite, además, ofrecer al mercado dispositivos impensables hace unos años, tales como gafas inteligentes, lentillas con control de glucosa, pulseras que monitorizan nuestro organismo o coches que conducen solos.

Todos estos sensores generan datos que pueden ser transmitidos a un sistema y explotados para obtener información para distintos fines como crear patrones o modelos matemáticos para poder realizar predicciones de comportamiento. De hecho, día a día, aumenta el número de dispositivos conectados a Internet, de tal modo que en 2008 los dispositivos conectados superaron en número a las personas conectadas, y actualmente se estima la cifra de dispositivos conectados en 5 mil millones. ¿Creía el lector que el IoT era algo nuevo? En realidad casi un 85% de las personas aún no conoce el concepto, pero no es algo nuevo; uno de los primeros objetos que se consideran parte de IoT son los cajeros ATM (Automated Teller Machine), que fueron puestos en marcha en 1974; así que IoT, más que un bebé embrionario, es un madurito interesante de más de 40 años.

Hasta hace poco, si queríamos conocer la duración de un producto, teníamos que hacer pruebas de laboratorio, realizar encuestas a nuestros clientes que en ocasiones no querían contestar o daban datos erróneos y procesar las distintas fuentes (muchas veces incluyendo procesos manuales de entrada de datos). Ahora es el producto quien nos puede dar toda esta información, es decir, no hace falta ir a buscarla, es la información quien viene a nosotros en el formato que deseemos.

Hoy por hoy, la distancia entre el mundo real y el ciberespacio se acorta; los propios objetos informan de su estado y a partir de los datos transmitidos, una vez tratados, personas (o máquinas) pueden tomar decisiones más precisas por poseer más información. Ya no sólo tenemos inteligencia en las máquinas industriales, sino también en los productos que fabrican.

Está claro que todos estos avances impactan en muchos ámbitos de la sociedad como, por ejemplo, ciudades inteligentes donde podamos obtener información en tiempo real de los sitios libres para aparcar o controlar el tráfico; en medicina, para poder monitorizar la salud de personas 24x7; en el deporte para mejorar los movimientos de los atletas..., y todo esto sin convertir el aspecto de las personas en Ciborgs de película, al contrario, introduciéndolo como complementos de decoración y moda. Por ejemplo, entre Apple y Fitbit han vendido más de 8 millones de relojes y pulseras inteligentes y el mercado crece a un ritmo del 223%, y esto acaba de empezar ya que se estima que en 2020, se venderán cerca de 11 millones de unidades de ropa inteligente. Ya nos podemos ir haciendo una idea de la cantidad de datos que se generarán... unos 4.4 zettabytes.

Pero centrémonos en la industria. ¿Cómo afecta Internet de las Cosas (IoT) a la industria?

Como fruto de un proyecto de alta tecnología del gobierno alemán, nos viene el término "Industria 4.0" que se apoya en cuatro principios:

1. Interoperabilidad de los actores. Posibilidad de comunicación de dispositivos, sensores y personas, de interactuar entre ellos a través de Internet de las Cosas (IoT) o Internet de las Personas (IoP)
2. Transparencia de la información. Los sistemas de información tienen que ser capaces de crear copias del mundo real enriqueciendo sus modelos con los datos de sensores.
3. Asistencia técnica a los humanos mostrando información agregada y de fácil comprensión para la toma de decisiones y actuaciones, y como ayuda a tareas que puedan ser agotadoras o inseguras.
4. Toma de decisiones descentralizadas. Se abre la posibilidad de que el sistema físico-cibernético tome decisiones y realice tareas de manera autónoma a partir de datos y experiencias aprendidas.



El mismo gobierno estima que la adopción de esta "industria 4.0" supondrá un incremento de cercano a 12 billones euros al año en su PIB (cerca de un 30% del PIB alemán se basa en industria).

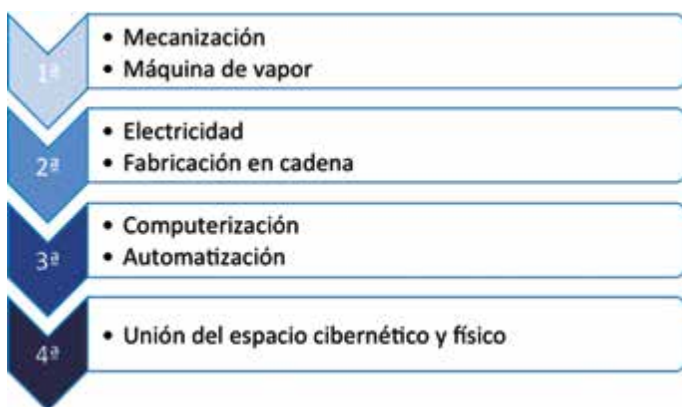
Y es que el cambio introducido en la "Industria 4.0" no es sobre producción, es sobre innovación del proceso y modelo de negocio; la gente no quiere comprarse un disco, lo que quiere es escuchar cierta música en un preciso instante. Así debe existir una triple integración entre el cambio de modelo de negocio, el enfoque del negocio con los procesos operacionales y de la ingeniería en el proceso en sí.

La clave de esta "industria 4.0" es poseer la información adecuada, en el momento adecuado y sobre el dispositivo adecuado. Esto supondrá que los procesos actuales dentro de las empresas industriales se puedan simplificar y agilizar, reduciendo la probabilidad de accidentes o de fallos. El beneficio no sólo es económico sino que mejorará la seguridad laboral. Además de los beneficios en los procesos actuales, aparecerán nuevos procesos de negocio en función de las nuevas tecnologías que permitirán a las empresas evolucionar hacia nuevos modelos de negocio que hasta ahora no eran posibles. La comunicación global entre dispositivos generará redes de información que permitirán extender la vida útil de los activos y anticiparse a los problemas, porque no sólo se estará teniendo en cuenta los activos de nuestra planta sino todos los similares existentes en el mundo.

Todo ello nos lleva a necesitar de factores y empresas externas que nos ayuden en la consecución de este objetivo, ya que nos encontramos en un entorno cada vez más cambiante al que hay que adaptarse en el menor tiempo posible.

Las máquinas más inteligentes, procesos con tomas de decisiones automáticas, operarios que pueden recibir las instrucciones exactas de las tareas a realizar... pueden llevarnos a pensar en fábricas con mucha menos gente y sin especialistas, ya que la especialización la tendrá el sistema. Es decir, nos enfrentamos a una revolución de la sociedad a muchos niveles, y que nos conduce a adaptar desde el sistema educativo para ajustarlo a las nuevas necesidades, hasta los procesos industriales y modelos de negocio.

Revoluciones industriales:



Ahora bien, todos estos datos producidos deben almacenarse y procesarse en algún lugar, y hay que tener en cuenta que se generará una gran cantidad de datos. Podríamos pensar en almacenarlos y tratarlos en el propio producto, pero esto significaría que cada vez que éste se desechara, perderíamos toda esa información e inteligencia acumulada. En lugar de eso, lo que se hace es guardar esta información en sistemas centrales donde se



podrá trabajar una y otra vez con los datos proporcionados por cada uno de los productos, incluso una vez el producto haya sido desechado.

Esto nos abre una nueva cuestión y es: ¿en qué sistema podemos guardar todos estos datos? Hay que tener en cuenta que puede ser información sensible (por ejemplo, datos de un marcapasos de una persona, o datos sobre la resistencia de una pieza) que quizá tengamos que hacerla accesible a terceros para poder analizar parte de estos datos (por ejemplo en redes de distribución, a expertos de optimización de rutas) o que los propios dispositivos y sensores tienen que poder enviar la información de manera segura y ligera... Como se puede ver, son muchos los aspectos a considerar.

SAP, como miembro de la Industrial Internet Consortium, no es ajena a esta revolución y mediante sus productos y servicios contribuye a ella de manera muy activa, especialmente a través de su plataforma SAP HANA Cloud Platform.

En everis nos apoyamos en SAP HANA Cloud Platform como plataforma de servicios para Internet de las Cosas por su flexibilidad y robustez, para así conseguir que nuestros clientes alcancen sus objetivos en esta nueva revolución. Mediante SAP HANA y más concretamente a través de SAP HANA Cloud Platform, podemos almacenar con la mayor seguridad todos los datos generados y explotarlos gracias a sus capacidades y funciones analíticas, a la vez que hacerlos accesibles mediante métodos estándar o programas propios; en cuanto a las comunicaciones, SAP HANA Cloud Platform es ideal tanto para enviar los datos de los dispositivos inteligentes y sensores como para explotar dichos datos en sistemas de terceros, ya que nos ofrece mecanismos de comunicación estándares, con las máximas medidas de seguridad y añadiendo la posibilidad de segmentar los datos accesibles por cada sistema o actor, teniendo en cuenta parámetros como tiempo, volumen o contenido.



**Oscar Romanillos**  
IoT Business Development Manager en Techedge España



## EL COMITÉ DE SABIOS IOT

# La clave para acelerar con éxito la adopción de Internet of Things en tu empresa

La integración de Internet of Things en la capa de negocio supone unas ventajas que las empresas reconocen, pero al mismo tiempo hay retos que pueden llegar a frenar su impulso: nuevas tecnologías, necesidad de nuevos perfiles de expertos, reactividad al cambio dentro de la compañía y poca agilidad en la implantación, son algunos de ellos. Para responder a estos desafíos y a las preguntas que la directiva se plantea al afrontarlos, en Techedge proponemos un modelo de comité de expertos o “el comité de sabios”.

Este comité de sabios estará formado por expertos experimentados que guíen a la empresa en su trabajo con metodologías ágiles y lo orienten hacia la consecución de los objetivos de negocio marcados por la dirección. En este artículo vamos a mostrar las claves de cómo acelerar con éxito la implantación de IoT dentro de su transformación digital basada en nuestra experiencia con soluciones SAP.

Hoy la industria se enfrenta a cambios disruptivos que no se ven desde hace más de 100 años. IoT ofrece a las compañías la oportunidad de entrar en nuevos sectores y crear modelos de negocio innovadores. Pero al mismo tiempo, las compañías líderes en los sectores tradicionales se enfrentan a nuevas amenazas y a nuevos competidores.

Los mercados se han tornado más competitivos, con ciclos de vida de los nuevos productos más cortos y que obligan a las empresas a acelerar sus procesos de innovación. Además, surgen nuevos actores provenientes de otros sectores, startups innovadoras y ágiles que intentan conseguir comerse un pedazo del pastel y en ocasiones hasta transformar el modelo de negocio y comerse el pastel entero.

Para poder liderar y posicionarse en este nuevo entorno es necesario dar pasos muy rápidos y firmes por un camino incierto, pero lleno de nuevas oportunidades que están aún por descubrir. Acelerar la innovación tecnológica, en procesos y en productos permitirá conseguir ventajas competitivas desconocidas hasta día de hoy.

El proceso de definición de la estrategia y de implantación de soluciones basadas en IoT es complejo y aparecen nuevos retos a superar:

- ¿Qué tecnología, plataforma, proveedor... se ajusta mejor a mis necesidades?
- ¿Qué impacto tendrá la nueva arquitectura en los sistemas existentes?
- ¿Qué estándares de seguridad debo adoptar?
- ¿Cómo aseguro la alta disponibilidad, la fiabilidad, la escalabilidad y la ejecución en tiempo real?

### NUEVOS DESAFÍOS, NUEVOS PERFILES: EL PAPEL DE TI

Para responder a estas preguntas son necesarios nuevos perfiles diversos y muy cualificados. En este contexto el departamento de TI puede asumir el rol de facilitador de este gran cambio que transformará toda la compañía, colaborando para hacer más atractiva la transformación y vencer posibles resistencias.

Nuestra propuesta para facilitar el éxito en este proceso es la creación de un “Comité de Sabios para la innovación”.

Este comité nos permitirá involucrar a todas las áreas implicadas, dotando a las áreas técnicas de visión del negocio y poniendo al cliente en el centro de sus esfuerzos.

La clave del éxito de nuestro comité es el impulso y la implicación de la directiva. El criterio para designar a sus miembros son el conocimiento, el talento y el potencial innovador, y debe ser un grupo altamente resolutivo, orientado a la definición de nuevos productos y servicios.

## EL COMITÉ EN ACCIÓN

Fijaremos unas primeras “sesiones de descubrimiento” para definir dónde centrar nuestros esfuerzos. Para ello fijaremos unos pilares básicos que soporten todo el proceso posterior y que podrían ser:

- Orientación a la mejora o potenciación del negocio existente, procurando no perderse en innovaciones disruptivas fuera de nuestro *core business*.
- Identificar a los usuarios clave y definir con ellos qué datos necesitan analizar y qué interfaz les permitirá visualizarlos de manera más cómoda y efectiva.
- Agilidad, evitando la parálisis del análisis, y teniendo en mente la Ley de Pareto (20 por ciento de esfuerzo, 80% de resultados)
- Prontitud: si el comité decide que el nuevo proyecto de IoT puede ser exitoso lo abordaremos cuanto antes.
- Tratar el proyecto como un nuevo producto y aplicar la metodología de producto Mínimo Viable o MVP, realizando un piloto y mejorándolo con ayuda del feedback de los usuarios. En resumen, del análisis de la idea innovadora a la prueba de concepto y de ésta última al proyecto piloto.
- Definir las métricas y KPIs que nos van a ayudar a evolucionar nuestro producto en esta fase. Por ejemplo, si hemos integrado dos líneas de nuestra cadena de producción una métrica podría ser el tiempo de espera de un producto entre cada línea.
- Identificar a los usuarios clave y definir con ellos qué datos necesitan analizar y qué interfaz les permitirá visualizarlos de manera más cómoda y efectiva.
- Si no se dispone de la figura del facilitador tecnológico *in house*, incorporar al comité a expertos en nuevas tecnologías en la fase de diseño, a fin de agilizar el proceso y controlar el coste de la fase de ejecución.

## ¿POR DÓNDE COMENZAR?

Proponemos la siguiente hoja de ruta:

- Interconectar los sistemas productivos con los empresariales para automatizar la ingestión de datos, monitorizar la cadena productiva y cruzar los datos con los datos de valor para el negocio. En este proceso de recolección y cualificación de los datos los expertos de planta tienen un papel fundamental.
- Visualizar los datos, estudiarlos y analizarlos para buscar en qué procesos productivos, logísticos u otros debemos realizar inversiones para integrar IoT. Así evitaremos



invertir en procesos en los que no conseguiremos mejoras significativas.

- Realizar la inversión en la transformación con tecnología IoT en aquellos procesos que reportarán mayor ROI. Integrar IoT en nuevos procesos para aumentar la eficiencia, seguridad y la rentabilidad.

## ¿QUÉ HERRAMIENTAS NECESITAN NUESTROS EXPERTOS?

Para gestionar las sesiones de trabajo (brainstorming, Discovery workshops, design thinking workshops y fases de diseño) y además poder registrar toda la información generada para su análisis y evaluación, es muy importante utilizar herramientas que faciliten esta labor.

SAP nos ofrece una gran ventaja para poder abordar con éxito una implantación end-to-end en IoT ya que nos ofrece una plataforma como SAP Business Suite potenciado por SAP HANA Cloud Platform y aprovechando la combinación perfecta con SAP Fiori para el diseño de la capa de usuario personalizada.

Con las soluciones SAP sobre plataforma HCP tendremos resuelto todo el ciclo de adopción de IoT, desde la gestión de las ideas (SAP Innovation Management), el desarrollo de nuevos productos (CAD Integration and PLM, Handover Engineering to Manufacturing, Global Engineering Change Management, Enterprise Visualization) así como la monitorización y el control en tiempo real de los equipos de planta (Equipment monitoring, Equipment Efficiency Predictive & Condition Based Maintenance) ofreciendo a todos los usuarios clave la visualización que necesiten.

## BENEFICIOS INMEDIATOS

En este proceso no solamente lograremos mejorar la gestión de la innovación interna, también habremos creado canales de comunicación interdepartamentales que favorecerán el trabajo colaborativo. De este modo contribuiremos a mejorar los procesos internos y a favorecer el aumento la productividad.

**Javier Ruiz**

Responsable del Servicio de Mantenimiento SAP HCM de Integra

# Externalización de la gestión de la nómina: de la industrialización al servicio a la carta

La decisión de una empresa de externalizar la Administración de Personal y Nómina no va enfocada únicamente a abaratar los costes del servicio, sino también a asegurarse una tranquilidad por el pago de esos servicios.

La tranquilidad en un servicio internalizado se obtiene gracias a la confianza en el trabajo bien hecho de un personal bien formado y entrenado. La externalización de los servicios no tiene por qué implicar que se pierda esa tranquilidad ni que disminuya la calidad del servicio.

En ocasiones también se puede pensar en una sensación de encapsulamiento al ser necesario rellenar innumerables hojas de cálculo para realizar tareas rutinarias, como puede suponer un cambio en la situación fiscal de un trabajador o que se hagan los trámites para dar de baja a un empleado. No tiene por qué ser necesario.

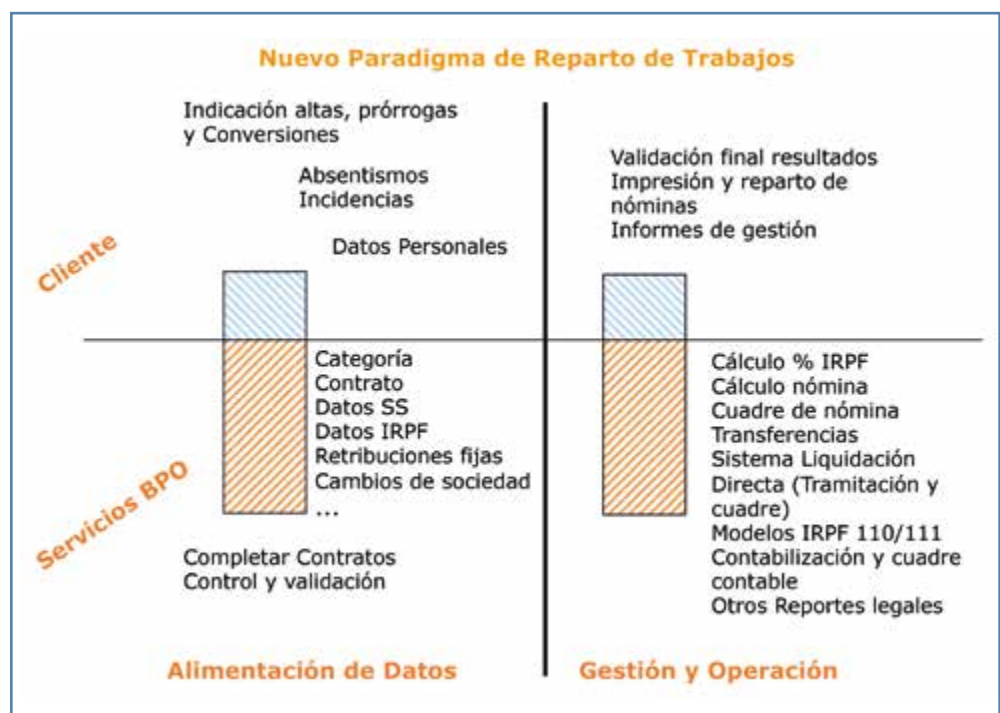
Las continuas mejoras de los Sistemas de Información permiten una mayor **flexibilidad** y **adaptabilidad** a los procesos de trabajo. Las posibilidades de adaptación son infinitas.

Mediante un equipo especializado en SAP HCM con **conocimientos** de la aplicación a nivel funcional de los procesos de negocio, conocedores de la legalidad vigente y rapidez y destreza en la configuración del sistema, otro tipo de externalización es posible.

Nos encontramos ante un nuevo paradigma de externalización de los servicios de Recursos Humanos mediante un HRIS altamente **especializado** capaz de adaptarse en el día a día de los procesos del cliente.

No quiere decir que con este nuevo enfoque el cliente no necesite

proporcionar los datos personales de una nueva contratación o realizar ninguna validación, pero sí que el tiempo que tenga que invertir en el traspaso de información o validación sea el mínimo y de la mayor calidad posible. Esto es tecnológicamente factible ya que el dato fluye al sistema allá donde nace, pudiendo indicarlo el propio gestor del cliente o directamente el empleado de la organización. Posteriormente el proveedor del servicio completará la información añadiendo los datos correspondientes a los procesos que gestiona



(Ej: ante un alta el cliente no tiene por qué conocer el contrato más adecuado, que sí conoce el proveedor que está al día de la legalidad y los procesos de negocio).

Asimismo, respecto a los procesos de negocio, el cliente puede querer mantener dentro de su ámbito de gestión aquellos procesos de valor que quiere controlar. Otros, para los que no le interesa mantener el conocimiento en su organización, son externalizados en el proveedor de servicios.

Respecto a la especialización del servicio, los servicios de BPO no consisten únicamente en indicar que la contabilidad se ha llevado a cabo, sino que se especificarán los saldos acreedores de las principales Cuentas de Mayor cuadrando cada uno de los apuntes, si el cliente lo desea.

Del mismo modo no se tienen que limitar los servicios a realizar los pasos estrictamente necesarios para el Sistema de Liquidación Directa, sino que esta gestión integral permite que el cliente no tenga dudas de la correcta tramitación tras mostrarle los resultados definitivos cuadrados al céntimo con lo calculado en nómina.

Son ejemplos del servicio personalizado que a día de hoy se pone a disposición del cliente. Entra en juego una **demanda de servicios modulares**:

La cercanía con el cliente y la estandarización de los procesos de trabajo permiten minimizar los errores humanos en la inclusión y verificación de la información.

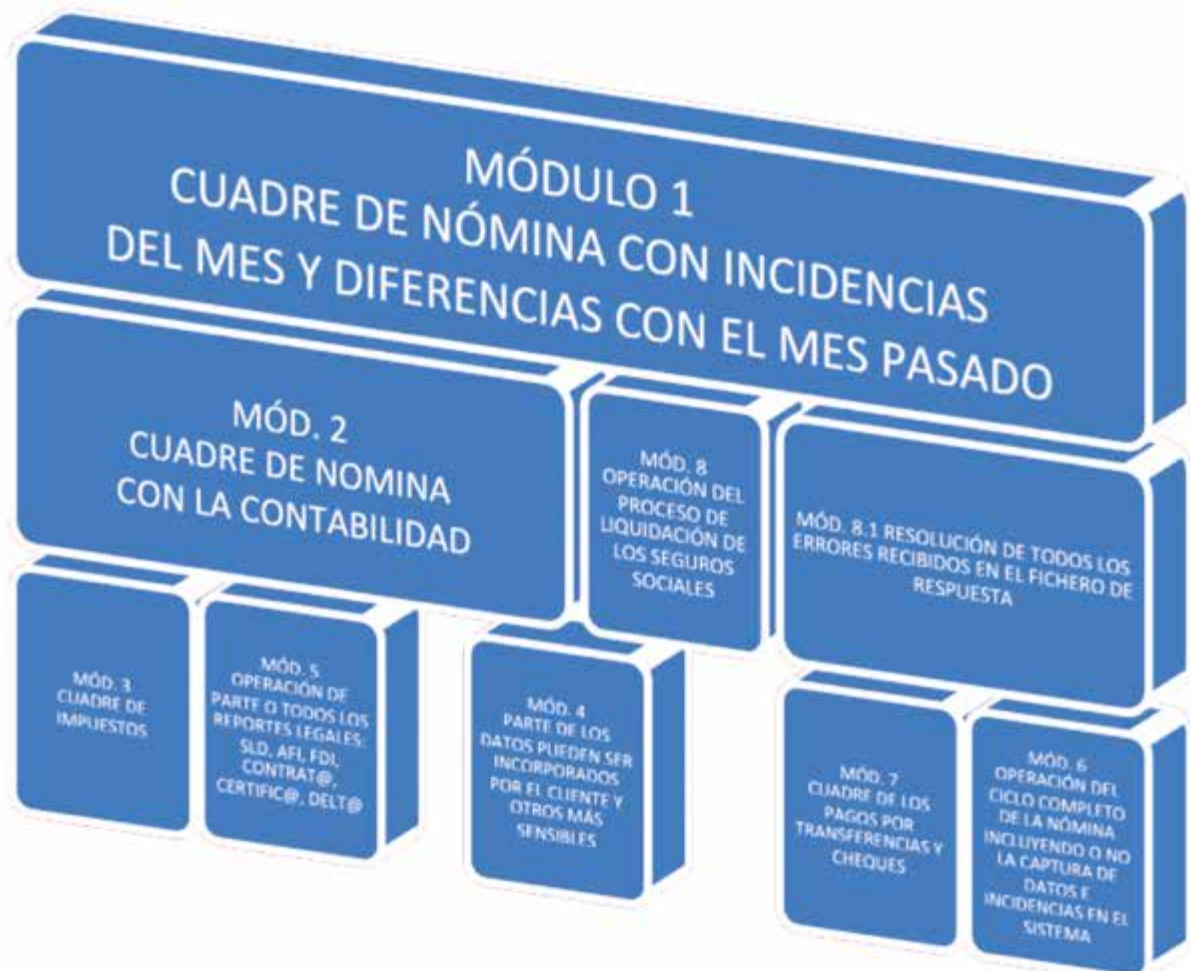
El abanico de posibilidades que se le proporciona al cliente es más amplio que nunca. La cadena de montaje sigue funcionando a pleno rendimiento, pero el cliente deja de tener la percepción de un trabajo en masa mediante una adaptación total a sus necesidades.

Este enfoque personalizado a diferentes clientes no es incompatible con un servicio que aprovecha sinergias y aprendizajes en procesos industrializados por parte del proveedor. La flexibilidad en la comunicación y una organización del trabajo muy engrasada permiten prestar un servicio altamente personalizado con ahorros en la carga de trabajo.

La cercanía con el cliente y la estandarización de los procesos de trabajo permiten, por otro lado, mi-

nimizar los errores humanos en la inclusión y verificación de la información.

Todos estos factores han llevado a una transformación de los procesos de trabajo que redundan en un mejor servicio percibido por el cliente y por tanto en mayor tranquilidad. Sumado al abaratamiento de costes y la reducción del riesgo al asumir menores costes fijos de personal, hacen que la decisión sea más fácil de tomar en pro de la externalización.





# SAP SuccessFactors Managed Payroll, el futuro de la Gestión de la Nómina en la Nube

Mientras que la gestión de nómina es uno de los procesos administrativos que más sentido tiene mover a la nube, sigue siendo el que más dudas presenta. En este artículo, explicamos cómo llevar a cabo la transición a Cloud sin riesgos para la empresa.

La principal preocupación que frena la transformación de los servicios de nómina son las posibles consecuencias de no pagar a los empleados a tiempo y de forma precisa y segura. En partnership con SAP y T-Systems, NGA es capaz de llevar a cabo la transición de la Nómina SAP HCM a la nube de manera rápida, eficiente, sin riesgos, en un modelo *as-a-service*.

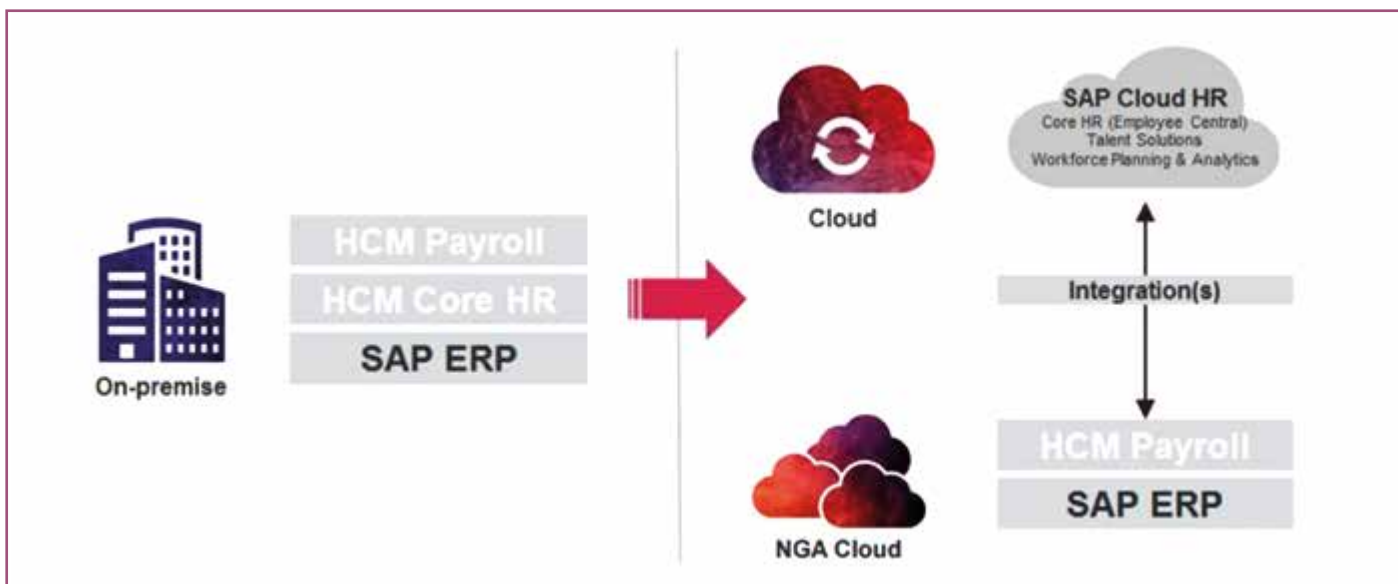
## MIGRACIÓN DE LA NÓMINA A LA NUBE SIN RIESGOS

La nómina SAP SuccessFactors, operada por NGA Human Resources, facilita la transición a la nube de los procesos de nómina. Teniendo en cuenta que el miedo a los riesgos es la principal

barrera que hace que un gran número de empresas no hayan dado el paso a revolucionar estos procesos, NGA se ha asociado con SAP y T-Systems para ofrecer una solución conjunta.

Esta combinación de los principales proveedores tecnológicos proporciona a sus empleados procesos de nómina altamente seguros y de óptima calidad, utilizando nuestro probado modelo de servicio HR-as-a-service, eliminando, no sólo los retos que presenta la migración, sino proporcionando también la responsabilidad en el mantenimiento.

Con NGA Human Resources como único punto de contacto, la nómina SAP HCM se aloja en los centros de proceso de datos de





## 10 grandes razones para mover la gestión de nómina a la nube

- Focaliza a los equipos de RRHH en roles más estratégicos de valor añadido.
- Transición rápida y sin riesgos.
- Proveedor único, modelo de costes flexibles.
- Analítica sofisticada e informes que proporcionan una visibilidad completa de nuestra fuerza de trabajo.
- Eliminación de costes de gestión IT. De CAPEX a OPEX.
- Compliance de nómina garantizada y seguridad de datos en todos los países.
- Maximizando el valor con probadas e innovadoras tecnologías cloud.
- Completa integración e interfaces con otras aplicaciones cloud y on-premise.
- Introduce el autoservicio del empleado.
- Experiencia del usuario óptima y actual.

T-Systems, conocido mundialmente por su alto nivel de seguridad, e implantado, operado y mantenido por nuestro equipo de expertos.

El nivel de seguridad, resiliencia, adaptabilidad, y garantía de mantenimiento como parte de los servicios de NGA: SAP SuccessFactors Managed Payroll es difícil de conseguir por parte de cualquier equipo de IT interno.

Éste es un proceso en el que no existe impacto en ningún momento en el proceso de nómina de la empresa y la continuidad está garantizada durante toda la migración.

### MIGRACIÓN EN DOS PASOS

El primer paso es mover la plataforma de nómina SAP actual a la nube. En ese momento, alojamos y gestionamos su solución de nómina SAP HCM on premise existente. Con efecto inmediato, el coste de su nómina se reduce al coste puramente operativo del servicio gestionado. Todo el coste de capital IT se elimina. Para el balance contable, este es un movimiento directo de CAPEX a OPEX.

El segundo paso es la migración de SAP HCM a SAP SuccessFactors Employee Central (EC). Esta plataforma de RR.HH. garantiza las mismas funcionalidades y beneficios que la solución On-premise, pero con la mayor seguridad, escalabilidad y flexibilidad. Además, Employee Central está en constante evolución por parte de SAP en consonancia con la evolución de los procesos y tecnologías del mercado. Estas actualizaciones son entregadas trimestralmente sobre la propia plataforma, de forma estándar. Employee Central también introduce herramientas que mejoran el

rendimiento y la interacción, incluyendo herramientas colaborativas, potentes herramientas analíticas y perfecta integración con otras aplicaciones en la nube u on premise, incluyendo ERP's, gestión de tiempos y beneficios sociales.

Esta fase dura aproximadamente doce semanas.

### PERFECCIONANDO LOS PROCESOS DE NÓMINA

Los procesos de nómina tienen que ser eficientes y han de cumplir rigurosamente con el calendario establecido. Nos encontramos con lagunas regulatorias y la complejidad se acentúa cuanto mayor número de países se opere. Esta complejidad creciente permite un sólido business case para externalización de la Gestión de la Nómina.

Es imposible, incluso cuando hay grandes inversiones financieras y de personal, mantener una plataforma on-premise actualizada con los requisitos legales que conlleva la gestión de un proceso de nómina global.

En este preciso momento, India se encuentra revisando las leyes de permiso de maternidad y Europa está impulsando nuevas leyes en seguridad de datos. En todos los países del mundo habrá cambios, mayores o menores, cada año. Con nuestra solución de Gestión de la Nómina, ya no será su preocupación seguir e implementar los cambios su proceso de nómina.

Aunque que la nómina SAP SuccessFactors, operada por NGA Human Resources, es un nuevo servicio en la lista de precios de SAP, nuestros equipos de expertos ya han "Cloudificado" cientos de nóminas en todo el mundo usando nuestra probada metodología.



**Ignacio Olmedo**  
CEC Specialist en SCL Consulting



## El contexto del consumidor en el centro de todas las miradas

El comercio electrónico continúa creciendo en España. De acuerdo con los últimos datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) correspondientes al cuarto trimestre de 2015, en nuestro país volvieron a registrarse cifras record; el comercio electrónico supera en España los 5.300 millones de euros, un 23% más que el año anterior. La consolidación de este canal le plantea a las compañías el desafío de diferenciar, adaptarse y satisfacer los comportamientos cambiantes de los clientes. Ahora hablamos de la necesidad de una personalización avanzada, de conocer realmente al cliente para proporcionarle experiencias únicas.

La revolución de la movilidad, los modelos cloud, y principalmente la evolución del cliente que ahora se encuentra conectado, ha desencadenado la aparición de grandes cantidades de datos, obtenidos a partir de diversos medios (smartphones, relojes inteligentes, tarjetas de fidelización, etc.). Éstos son analizados con el propósito de realizar un marketing contextual, personalizado y en tiempo real. A ello debemos sumar el cambio en el comportamiento de compra

del cliente, con la aparición de estrategias de showrooming y webrooming. Estas nuevas formas de compra, junto a la necesidad de adaptarse a este cliente conectado, ávido de información y de inmediatez, han desencadenado la aparición de estrategias omni-canales, que buscan conectar el mundo físico y digital centrado en un cliente único, sobre el cual dirigir las diferentes campañas de marketing de forma individualizada.





Estas estrategias han marcado un punto de inflexión en la evolución de las soluciones de gestión empresarial (conocidas tradicionalmente como soluciones CRM), que deben centrarse en la fidelización del cliente y el impulso de las ventas.

Por ello, SAP sigue revolucionando el mercado del software de gestión empresarial, profundizando en el comercio electrónico con la apuesta por entornos cloud y la adquisición de Hybris, compañía especializada en comercio electrónico omnicanal para negocios B2B y B2C.

## REVOLUCIÓN OMNICANAL CON SAP

**SAP Hybris Commerce** es considerada como una de las soluciones de comercio electrónico punteras en el mercado. Esta plataforma cuenta con unos escenarios de negocio paquetizados, llamados aceleradores, que cubren la mayoría de los procesos de negocio, y reducen los plazos y costes de implementación. Permite ofrecer una experiencia de compra omnicanal, de manera que cada cliente perciba un único mensaje por los diferentes canales de venta.

Además, gracias a las capacidades analíticas que trae otro producto del portfolio de soluciones Hybris, SAP Hybris Marketing, se pueden evaluar las campañas de marketing realizadas por los diferentes canales de venta, en tiempo real. SAP Hybris Marketing permite a las compañías realizar campañas para cada cliente de forma individualizada, en base a unos parámetros configurados por el usuario.

En el último cuadrante mágico de Gartner 2016, esta solución quedaba situada como referente y **“líder” para la gestión de recursos de marketing (MRM)**. Combinar el mundo digital y el offline es una de las ventajas principales de esta suite, que ofrece un análisis en profundidad tanto de los clientes como del mercado en su conjunto.

## IMPULSAR LAS VENTAS DESDE CUALQUIER PUNTO Y LUGAR

Recientemente SAP ha anunciado una nueva versión de la solución SAP Hybris Commerce centrada en la simplificación del proceso de transformación digital, con nuevas herramientas y funcionalidades, enfocadas a mejorar la experiencia de compra por los diferentes canales.

Uno de los objetivos principales en cualquier estrategia digital, es la unificación y explotación correcta de los datos, recopilados de los diferentes medios por los que el cliente interactúa con nuestro negocio. Por ello en esta nueva versión, SAP ha centrado sus esfuerzos en mejorar la integración con los diferentes sistemas backoffice. Entre estas mejoras, cabe destacar la integración con SAP CRM y SAP Hybris Marketing, orientadas a unificar los datos y procesos de venta, con el claro objetivo de aumentar la rentabilidad y fidelizar al cliente. Con esta nueva versión, SAP Hybris Commerce se posiciona como la piedra angular de una estrategia omnicanal en la que todos los datos de cada cliente son analizados y explotados.

La importancia de adecuar los contenidos y estrategias a cada consumidor y canal, ha provocado un cambio en los procesos de marketing. Según recientes investigaciones, los especialistas



en esta área -el 91%- darán prioridad durante el próximo año, a la mejora de la experiencia del cliente a través de la personalización. La funcionalidad incorporada a esta nueva versión ofrece una mayor capacidad para desarrollar interacciones comerciales individualizadas.

## NUEVAS MEJORAS PARA USUARIOS EXIGENTES

Esta nueva versión trae consigo otras mejoras destacables:

- **Experiencia de Usuario.** Gracias a la nueva herramienta SmartEdit, permite gestionar fácilmente contenido y diseño a través de todos los canales en una única herramienta de negocio. Permite crear experiencias de uso personalizadas de una forma intuitiva y sin necesidad de hacer grandes inversiones en desarrollo.
- **Promociones a medida.** El nuevo motor de promociones permite a los usuarios crear y desplegar promociones dinámicas en base a datos o estadísticas, sin involucrar al departamento de TI, lo que permite un control absoluto de las promociones.
- **Back-office.** Cuenta con nueva funcionalidad orientada a negocio, principalmente enfocada a la administración de promociones de una forma más simple. Además nos permite crear nuevas aplicaciones y cockpits de una forma más sencilla.

La funcionalidad de esta plataforma la convierte en una solución puntera que ofrece experiencias únicas a cada cliente. Los aceleradores permiten acortar los plazos de puesta en producción, sin perder la capacidad de incluir nuevos desarrollos para adecuar la plataforma a nuestros procesos específicos de negocio. Es una herramienta que permite ir evolucionando de la mano de nuestro negocio y adecuarse rápidamente a las cambiantes demandas del mercado y de los clientes.



**Alfonso Saura**

Experto en Soluciones de Plataforma Tecnológica de SAP



# Combatiendo la complejidad

La transformación digital comienza por reinventar los procesos de negocio existentes con el fin de afrontar las nuevas tendencias de consumo digital y las necesidades de adaptación constantes hacia nuevos modelos de negocio. El principal obstáculo a combatir es la complejidad inherente a dichos procesos.

La complejidad puede venir causada por múltiples factores:

- La evolución de un proceso de larga implantación en la compañía que nunca se ha optimizado.
- La falta de normalización entre subsidiarias de distintas regiones o países.
- La fusión entre empresas o adquisición de nuevas compañías, que conlleva la integración de equipos y sistemas completamente diferentes.

Éstos son sólo algunos factores que contribuyen a complicar la operativa, complejidad que además se acrecienta cuando existen desviaciones, atajos *manuales* o excepciones en la ejecución de los procesos.

Todo ello se traduce en que a las organizaciones de IT cada vez les cuesta más esfuerzo y recursos contestar rápidamente a preguntas motivadas por necesidades acuciantes del negocio:

¿Cuál es la posición global de pagos a proveedores ahora?, ¿cuál es el tiempo promedio de servir un pedido esta semana?, ¿cómo ha cambiado dicha métrica respecto a la semana pasada?, ¿qué departamento cumple con los SLAs establecidos en mayor medida y cuál incurre en mayor número de incumplimientos?

Para ayudar a las organizaciones en esta labor, SAP ofrece dos soluciones complementarias en el ámbito de la excelencia de procesos: **SAP Intelligent Business Operations** y **SAP Process Mining By Celonis**.

## DE LOS DATOS A LAS ACCIONES

Una de las mayores áreas de interés de la línea de negocios es tener información fiable y puntual del estado de la

operativa en un momento dado. Disponer rápidamente de esos datos es fundamental para poder tomar las acciones adecuadas y así reconducir situaciones desfavorables, antes de que causen un impacto significativo en las cuentas o la satisfacción de los clientes.

La complejidad mencionada anteriormente podría llegar a implicar además costosos análisis de múltiples fuentes de datos con el fin de obtener una posición consolidada de la operativa en un momento puntual.

La solución SAP Intelligence Business Operations integra múltiples fuentes de datos (sistemas SAP, bases de datos de terceros) en un único panel de mando consolidando métricas de interés y fases del proceso en cuestión.

Desde el panel inicial, se puede saber de un vistazo cuántas instancias de un proceso se encuentran en una fase concreta de la ejecución: pendientes de salida de almacén, en proceso de pago a proveedor, en fase de entrega a cliente. Las métricas

completan la visión general del estado del negocio: tiempo medio de recepción de mercancía, número absoluto y porcentaje de pagos por encima del umbral definido como SLA, tiempo medio en completar el ciclo de facturación esta semana, etcétera.

La solución está construida sobre la plataforma SAP HANA, lo cual aporta enorme flexibilidad a la capacidad de análisis. La información que inicialmente se muestra agregada en el panel principal se puede disgregar hasta alcanzar el nivel de detalle que se desee, y así llegar hasta la transacción que interese analizar en un momento dado.

El diagnóstico además se ve potenciado por la capacidad de definir diversos filtros y niveles de agregación de

La solución está  
construida sobre  
la plataforma SAP  
HANA, lo cual aporta  
enorme flexibilidad  
a la capacidad de  
análisis.

manera dinámica: por área organizativa, geográfica,... así como de gráficos históricos y de evolución en función de dichos filtros.

Pero la utilidad de la solución no se limita a la monitorización de los procesos, sino a su capacidad para inducir las acciones adecuadas a partir de los monitores. Bien mediante la creación de tareas para otros usuarios o la navegación a los sistemas originarios de la información analizada para su corrección, el sistema permite reconducir situaciones potencialmente negativas para la operativa y así mejorar el desempeño de la organización.

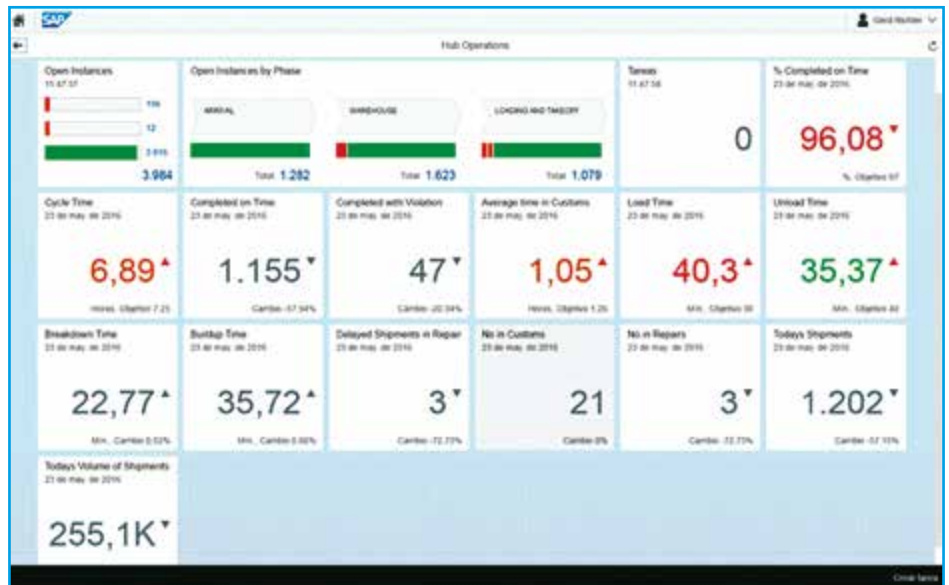
**RADIOGRAFÍA DE PROCESOS**

En el contexto de la excelencia de procesos, otro elemento clave de mejora es tener una visibilidad clara sobre el funcionamiento real del proceso. Conocer cómo funciona determinado proceso concretamente es el paso previo a cualquier rediseño del mismo.

SAP Process Mining by Celonis permite descubrir procesos y sus variantes de ejecución, mediante datos reales y contexto, extraídos en tiempo real de los sistemas de negocio donde esos procesos tienen lugar.

Mediante el análisis de todas las instancias de dicho proceso existentes en los sistemas, la solución permite detectar diversas ineficiencias en los procesos de la compañía, como cuellos de botella o grado de cumplimiento con respecto a las buenas prácticas.

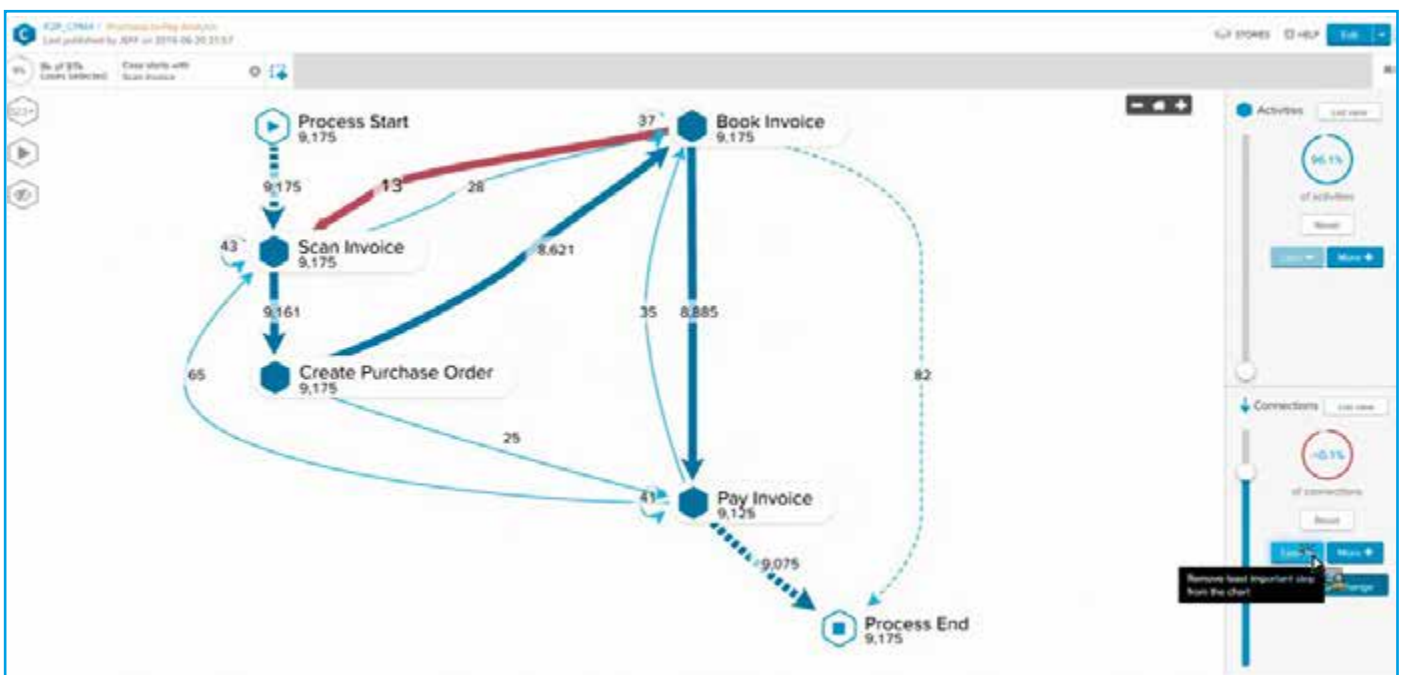
Esta radiografía supone un punto de partida excelente para entender los procesos, detectar ineficiencias, incrementar el grado de cumplimiento normativo y comenzar ejercicios de optimización y rediseño.



SAP utiliza con éxito estas dos herramientas en su gestión diaria, por ejemplo, en el departamento global de compras. La organización agrupa a tres centros globales en tres continentes que prestan servicios compartidos a múltiples áreas en la empresa (IT, RR.HH., Suministros de oficina,...) y realizan miles de operaciones al día.

La monitorización unificada y puntual de todas las fases del proceso de compras entre varios sistemas y participantes ha permitido a SAP reducir sus costes de inventario y mejorar los índices de satisfacción en la compra de suministros y servicios.

Este es un ejemplo de proceso Procure-to-Pay, pero no es el único aplicable. Hay multitud de casos en todos los sectores que se pueden beneficiar de la transparencia, visibilidad, resorte de actuación y apoyo al rediseño de procesos que aportan SAP Intelligent Business Operations y SAP Process Mining by Celonis.





# Los Grupos de Recursos Humanos de Madrid y Barcelona, una trayectoria de éxito

En 1999 iniciaban su andadura los Grupos de Trabajo de Financiero, Básico, Logística y Recursos Humanos. Desde el inicio de actividad, los grupos de HR de Madrid y Barcelona destacan por su dinamismo y por el interés que muestran en sus temas las empresas asociadas, como demuestra su elevada asistencia. En ésta y las siguientes páginas hacemos un recorrido por la trayectoria de ambos grupos.

## RECURSOS HUMANOS MADRID

Miguel Ángel Gámez, de Orange España, sustituyó como Coordinador del Grupo de RR.HH. Madrid a principios de año a Claudio Álvarez, de HUNOSA, tras algo más de diez años liderando este grupo.

Antes de asumir la coordinación, Gámez asistía como cliente a las reuniones “por la utilidad que supone estar en contacto con otras empresas y con la propia SAP”, explica.

Los temas que aborda este Grupo de Trabajo, y así se explica su elevada asistencia, tienen un gran impacto en las compañías porque, como explica el Coordinador, “el entorno de RR.HH. es muy cambiante, siempre hay muchas modificaciones legales, muchas adaptaciones de peso que marcan la agenda de las reuniones”.

En este sentido, el trabajo de los participantes en este Grupo ha estado centrado en temáticas como la implantación del Sistema de Liquidación Directa, los ficheros CRA, modificaciones que producen en diferentes impuestos, etc., y su impacto en los sistemas SAP. “Son cambios que necesitamos entender y también saber cómo se van a implementar en SAP, además de orientar

a SAP sobre cómo es la mejor solución que nos puede ofrecer”, matiza el Coordinador.

Desde su punto de vista, la interlocución con SAP, cuya representante en este grupo es Gema Moraleda, es positiva. “Se consiguen cosas, aunque a veces no es posible. Hay una puesta en común de los temas, y se tratan. Lo importante es que SAP se reúne con las empresas asociadas, que ya no tienen que llevar a cabo una interlocución individual”, subraya.

La asistencia media a las 10 reuniones que se convocan anualmente, se sitúa en torno las 40 personas y, aunque el número puede aumentar, teniendo en cuenta “que los temas que tratamos tienen suficiente entidad como para que se incorporen nuevas empresas. Además, hay otros temas que tenemos en el punto de mira como gestión del talento, movilidad o flexibilidad horaria. Estamos pensando cómo abordarlos para no alargar las sesiones”, explica Miguel Ángel Gámez.

Entre sus planes también figura incluir casos de éxito y realizar reuniones en las sedes de las empresas asociadas en diferentes áreas, SAP y no SAP.



Miguel Ángel Gámez, Coordinador del Grupo de RR.HH. Madrid.

### LA OPINIÓN DE LOS ASISTENTES

Hemos recabado también las opiniones de dos asistentes habituales a las reuniones de Grupo de HR. Son César González Cacho, de la Empresa Municipal de Transportes de Madrid, y Raúl Castillo Vega, de Eroski.

El primero de ellos, que asiste a las reuniones desde 2011, cree que su asistencia a las sesiones le aporta ventajas a nivel personal y de empresa. La razón es que se produce una interacción con SAP sobre problemas que tenemos todos. “Es mucho más sencillo tratar de explicar un problema hablando e intercambiando opiniones que mediante las notas o correos donde muchas veces, por la casuística de nuestro trabajo, hay muchos matices que se pueden escapar”.

Las reuniones también permiten estar en contacto con gente del sector, “con características similares en sus sistemas hace que se comparta y se llegue a soluciones para el trabajo de tu día a día”, explica.

También tiene claro que para la empresa es una ventaja poder estar en un Grupo, “en estos días en que todo avanza muy rápido y hay cambios constantes en las leyes y regulaciones que nos afectan, y tener un canal de comunicación con AUSAPE y con SAP es primordial para un buen funcionamiento del sistema”.

En la misma línea se pronuncia Raúl Castillo, que asiste a las sesiones desde 2005. En su opinión, “pertenecer a AUSAPE te permite, sobre todo, estar al día”. Respecto a las reuniones del Grupo, destaca que “posibilita que conozcamos en todo momento, tanto los evolutivos de la herramienta originados por cambios legales como las mejoras que vamos proponiendo los usuarios”.

Por otro lado, se tratan problemas e incidencias que generalmente experimentamos todos, por lo que “es el mejor lugar para trasladarlas porque en esas reuniones se concentra mucho conocimiento sobre HCM”, explica.

“La reunión es un punto de unión de intereses de las empresas usuarias que pertenecen a AUSAPE, de SAP y los partners”, concluye.

## “Un grupo grande y colaborativo”

En este número hemos querido contar con Claudio Álvarez, anterior Coordinador del Grupo, quien considera que le ha aportado “experiencia, conocimiento, contactos, y la posibilidad de participar, disfrutar y sentirse arropado por toda la familia AUSAPE”.

De su experiencia de más de una década liderando este grupo, se queda con que “lo más importante es haber colaborado con compañeros de otras muchas empresas para mejorar nuestras instalaciones, al igual que el trabajo realizado en la lucha, en buena lid, con SAP para conseguir cambios y nuevas funcionalidades”.

En su opinión, ante la cambiante y compleja legislación en Recursos Humanos “un grupo grande que colabora, puede aportar pequeñas soluciones e ideas para atajar los problemas que se plantean”.





## RECURSOS HUMANOS BARCELONA

En el Grupo de Recursos Humanos de Barcelona también se ha producido el relevo en la coordinación. Tras años liderando el Grupo, Esteban Galeano cedía el testigo a Jordi Flores, de la misma empresa, en 2015.

El nuevo Coordinador, asistente asiduo a las reuniones desde 2012, sostiene que la participación en las sesiones del grupo “ofrece la posibilidad de disponer de información inmediata y reciente sobre todos los cambios legales que se producen en el área. Además, gracias a la participación de los partners, permite estar al día de las últimas tendencias y soluciones de IT”.

A lo largo de 2016, este Grupo está centrando sus esfuerzos en áreas muy similares a las de sus compañeros de Madrid. “Estamos trabajando en temas como el Sistema de Liquidación Directa y sus últimos flecos pendientes de desarrollar con SAP y el desarrollo del 190 de 2017, con el objetivo de minimizar al máximo con SAP las incidencias que tuvimos el pasado año. También estamos abordando los últimos cambio legales en FDI”, explica Jordi Flores.

Está sopesando la incorporación de nuevos temas a las reuniones porque “sería muy enriquecedor para los asociados la posibilidad de abrir nuevas temáticas como, por ejemplo, SAP SuccessFactors o movilidad, una vez hayamos superado el gran cambio legal de SLD”.

Para él, las principales palancas para dinamizar el grupo, cuya asistencia media ronda también las 40 personas, es “conseguir que los Asociados vean claramente a AUSAPE como una herramienta en la que apoyarse para encontrar un canal de comunicación directo con SAP, en el que sus inquietudes puedan ser atendidas y resueltas de forma óptima, además de que AUSAPE siga apostando con la misma energía por el Fórum anual”.

A modo de resumen, Flores recomienda a las empresas asociadas que participen porque el Grupo “es un foro excelente en el que las empresas asociadas pueden compartir experiencias, a la par de transmitir sugerencias e inquietudes directamente a SAP”.



Jordi Flores, Coordinador del Grupo de RR.HH. Barcelona.

**LAS OPINIONES DE LOS ASISTENTES**

Desde Barcelona también nos dan su opinión sobre el Grupo de Recursos Humanos dos participantes asiduos: Javier Navarro, de Banc Sabadell, y Carlos Jurado, de SEAT.

Javier Navarro empezó a asistir hace aproximadamente un año y medio, a raíz del cambio de sistema de abono de los seguros sociales llevado a cabo por la Tesorería General de la Seguridad Social. “Este cambio requirió gran esfuerzo y dedicación por parte de nuestro equipo, y como usuarios de SAP vimos imprescindible participar de forma más activa en AUSAPE para conocer de primera mano cuáles eran los desarrollos previstos por SAP en lo referente al SLD”, explica.

A partir de esa experiencia, continúa, “pudimos constatar que compartir con otros usuarios o partners nuestras dudas e inquietudes era altamente enriquecedor, pues obtuvimos otros puntos de vista que nos ayudaron a afrontar la transición hacia SLD de una forma más tranquila (al saber que nuestros miedos eran generalizados...) y con unos resultados muy satisfactorios. Además, el contacto directo con SAP es positivo ya que conocen cuales son nuestras necesidades reales”.

Por eso, en su caso, lo que iba a ser un apoyo puntual durante la implantación del Sistema de Liquidación Directa, “se ha convertido en una asistencia regular que trato de no desaprovechar”, reconoce.

Por su parte, Carlos Jurado, que asiste a las reuniones desde 2011, valora positivamente “tener la oportunidad de inter-

cambiar impresiones con otros usuarios de SAP y aprender de su experiencia. Me parece muy interesante poder compartir ese conocimiento”.

Desde el punto de vista de compañía, la asistencia permite que la organización participe a veces en pilotajes sobre cambios legales, que permite que su opinión sea tenida en cuenta a la hora de su implementación en el sistema. Asimismo, opina que, tanto acudir a estas sesiones como al Fórum, redundan en que la empresa pueda tener un colaborador con una mejor visión y conocimiento de SAP.

Al igual que muchos de los asistentes que han expresado su opinión en estas páginas, a Carlos Jurado lo que más le gusta es poder compartir con los demás asociados las soluciones cliente que han aplicado en la resolución de problemas comunes.

Lo que más le sorprende, no obstante, “es que peticiones de Asociados, a veces muy interesantes y comunes para la mayoría, no sean tomadas en cuenta por SAP o que no se apliquen más soluciones cliente de casos de éxito que se puedan convertir en estándar SAP”.

Si quiere realizar alguna sugerencia o incorporarse a uno de estos dos grupos, contacte con [secretaria@ausape.es](mailto:secretaria@ausape.es)



an **NTT DATA** Company



¿CÓMO PUEDE **SAP HANA**  
**CLOUD PLATFORM** ACELERAR  
LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL  
EN SU ORGANIZACIÓN?

**SOMOS LA RESPUESTA.**

**EVERIS**  
SAP BUSINESS UNIT

attitude makes the difference

Consulting, IT & Outsourcing Professional Services



**Helmar Rodriguez Messmer**  
Design Thinker



**Ignacio González García**  
Ingeniero de Caminos y Doctor en Psicología

# Guardianes de Disonancias

*Sin libertad de pensamiento,  
la libertad de expresión no sirve de nada.*

José Luis Sampedro

## HANNAH ARENDT

La alemana Margarethe von Trotta dirigió la biografía de Hannah Arendt, una filósofa -alumna predilecta de Heidegger-, pensadora y periodista judía que, ya exiliada en los Estados Unidos, es enviada a Jerusalén por *The New Yorker* a cubrir el juicio del criminal de guerra nazi Adolf Eichmann, que finalmente es condenado a muerte.

La película de Arendt funde fondo y forma; el pensar en soledad a través de sus paseos y sus reflexiones en el sofá de su casa, el ritmo de su introspección y su honesta búsqueda que quiere llegar al fondo del sentido de las cosas.

Durante cuatro años Arendt trabaja, marcada por la controversia, escribiendo un libro titulado "Eichman en Jerusalem". En él reflexiona sobre la ignorancia, sobre la incapacidad de pensar del hombre, acuñando el lúcido y polémico concepto de "banalidad del mal", término que provocó inmediatamente un escándalo internacional pues pareció que no se podía banalizar un mal percibido por todos como radical y vergüenza de la Humanidad.

Es fácil banalizar el bien y relativizar la lealtad del justo -hasta el propio Yavhé lo hace en la Biblia permitiendo el dolor de Job-, y es fácil banalizar el mal sometiéndolo al imperio de la obediencia debida como hizo Eichman o usándolo como moneda y sometido a la cuantificación.

En *La decisión de Sophie* de Alan Pakula, Meryl Streep interpreta el papel de una superviviente de Auschwitz a la que se le dio la opción de elegir a uno de sus hijos para la muerte, el que quisiera, o perder los dos. Eligió dejar morir a su hija pequeña. ¿Era esto más espantoso que dejar morir a los dos? Quizás la decisión correcta, pero terrible, es no ayudar al malvado plan del verdugo y decir "moriremos todos, pero no ayudo al mal. Serás mi verdugo pero estoy por encima de ti". O quizás no.



Dios permitió Auschwitz para la consternación de los teólogos y quizás el *dictum* bíblico "Seréis como Dios" oculta que, como Job, podemos sobrepasar a Dios. No tolerando el mal. Eligiendo la creación. Eligiendo el bien.

## LA BANALIDAD DE LA CREACIÓN

Todo se puede banalizar, el bien, el mal y el más misterioso de los modos del cambio que clasificó Aristóteles, la creación. No es lo mismo, se dio cuenta el astuto estagirita, crear "ex novo" que modificar. El salto del concepto de fluido calórico a la temperatura, del ábaco al ordenador, de que el ser humano es libre, de que todos tenemos *los mismos* derechos, no cada uno *los suyos*, son saltos de gigante.

En el ámbito profesional existe una diferencia entre la creación de una idea como la de la "sharing economy", y una mera adaptación de las viejas como "pagar las cosas a escote", de la misma magnitud que existe entre la idea de Dick

Fosbury y el chotis: en la primera se cambia de plano al tiempo que se cambia el punto de vista, mientras que en la segunda se sigue en el mismo sitio divertido por las novedades visuales.

Un pensar profundo, un pensar creador, requiere *se parar se* de los demás. Necesita tomar una distancia, fijar un punto con tranquilidad y hacerlo uno mismo. El pensar creador nace de la experiencia, es positivo, se derrama y, por tanto, no es sed de conocimientos, negatividad, carencia.

El pensar profundo es constante acercamiento al sentido oculto de las cosas, al Grund, al fundamento, al punto ético, en el sentido que utiliza Heidegger el término en Carta al Humanismo a la morada interna, más que en el sentido ético estoico de las buenas costumbres adquiridas por el esfuerzo. El pensar, como devenir tira en dos direcciones al mismo tiempo, nuestra residencia interna y al lugar al que estamos condenados a no llegar.



Y todo este proceso de reflexión no es madriguera, no es cueva para esconderse, no es refugio sino morada y, por tanto, un pensamiento activo que sale al mundo y lleva a la acción; la capacidad de actuar que hace finalmente de la vida humana algo valioso.

Pensar lo puede hacer cualquiera. Como Hegel enseñó en su dialéctica en el momento de pensar A, está su contrario, pensar lo que no es A o no pensar incluso. Y, por eso, el no pensar del necio es tan pensar como el pensar del cuerdo es no pensar. No queremos decir con ello que “dé lo mismo un so que un arre”, que todas las opiniones valgan lo mismo ni que tenga el mismo mérito el invento de la penicilina que el de la gorra. Reivindicamos como Gilles Deleuze, el “pensar autrement”, el pensar que es distinto al de cualquiera. El gesto del pensamiento que remeda el movimiento del niño cuando suelta la mano de la madre para acercarse a un pájaro. Pura realidad.

### LA CREACIÓN COMO DISONANCIA

La consonancia, en la vida como en la música es un concepto subjetivo. Los sonidos que al oírse juntos se oyen de forma distendida y no se rechazan son consonantes. Como la octava justa, la tercera mayor o la sexta menor. *Forman lo políticamente correcto de lo sonoro*. En cada época y cultura son distintos.

En ocasiones llega un genio que decide comenzar una historia con una *disonancia*, como Arendt, como Wagner, con el *acorde del Tristán*, formado por las notas fa, si, re# y sol# y que, además, puede ser interpretado de varias formas de acuerdo con las notas que consideremos como reales.

*El creador es el guardián de las disonancias*. Hanna Arendt es disonante, una valiente mujer transmitiendo al espectador la impotencia de la incompreensión de quien está alineada con su verdad y honestidad y cuya misiva en el fondo no contradice en absoluto a la de sus oponentes y críticos. Los otros cargan sus sombras sobre la escritora. Hannah va más allá de lo aparente para entender las razones profundas por las cuales en cierto momento la historia tomó ese terrible rumbo: por la incapacidad de las personas de pensar en profundidad. Einstein fue disonante, Lutero fue disonante. Lo demás es consonante, como las esquilas de los becerros.

Los pensadores disonantes son las parteras del sentido y del mismo modo que el espíritu del oyente ilustrado cuando oye el acorde del Tristán queda embargado por el sentimiento *langsam und schmachtend*, lento y languideciendo, los oyentes del creador reconocen el sentido creado. Suena en la vida el *leitmotiv* de los genios disonantes. El esfuerzo sin recompensa. El amor sin esperanza.

Ante el pensamiento profundo, ante el acorde del genio, uno tiene que atravesar sus propios esquemas..., su propia ideología.... la opinión de los amigos, como en el caso de Hans-Jonas, que no pueden soportar el vértigo del salto. Es “normal” que prefieran condenar al otro en vez de atravesar sus propios límites.

Podemos vivir sin pensar profundamente. Podemos vivir sin ver nada hermoso, sin hacer nada peligroso, decir nada ingenioso. El que sienta la urgencia de descubrir la verdad ha de estar dispuesto a luchar por ella completamente, atravesar fronteras conocidas,



a vivir del todo, como muestra Hannah Arendt.

Crea el acorde de tu vida y que sea tu leitmotiv.

### HACIA UN NUEVO PENSAMIENTO

En nuestra vida cotidiana encontramos los pensamientos como algo hecho y terminado. En términos filosóficos los vemos como *actuales*. He pensado *esto*. Como la gallina que ha puesto un huevo.

La forma correcta de ver los pensamientos es aceptarlos como aquello que son: entidades puramente virtuales (y aleatorias). Si vemos un niño de puntillas en una valla nos preocupamos porque sabemos que se puede caer, o quizás no, pero desde luego no empezara a volar. Pensamos dos cosas distintas ante el hecho de un ente subido a una valla porque las formas en que se actualiza lo que hay son unas pocas. Si el jefe nos llama a las ocho *en punto* de la mañana o llaman de la di-

rección de personal al día siguiente de anunciar una reestructuración sabemos que la línea de la subida de sueldo no va a suceder.

Así, los pensamientos, ante sucesos a los cuales vamos dando significado y sentido, se van multiplicando, viralizando como un rizoma invasivo que empieza a adquirir vida propia y desatar universos paralelos en nuestra consciencia. Esto que pudiera parecer una virtud es fuente actualmente de la mayor causa de stress, ansiedad y disfuncionalidad psicológica. A su vez es el mayor limitador al acceso de nuestra capacidad de resiliencia y a la creación de nuevos *Insights*, nuevos pensamientos que hagan avanzar y encontrar soluciones ante cualquier situación.

### DISONANCIAS

Jef Staes en su charla en TED dice que la innovación siempre se produce en las fronteras de los ecosistemas. Allí donde se produce el encuentro de los límites. Allí hay disonancias, ese lugar en el que el mono sale del centro de la jungla y se cruza con el pez rojo de los océanos cristalizando como resultado al mono rojo.

Ahora bien, las disonancias producen rechazo y el primer impulso es liquidarlas, reclamar el arrullo de la consonancia. Nuevamente, al igual que Hans Jonas no soportamos el vértigo del vacío y preferimos pisar el brote antes que quebrar nuestros mundos virtuales.

¡Lector! Nos conmueve Hannah Arendt. ¡Nos llama a ser mejores! Porque quiebra sus propias fronteras y descongela el pensamiento común y crea una reflexión que abre nuevas puertas y *sostiene la nota*.

Te invitamos a pensar tu *leitmotiv* ¡Que no sea *langsam und schmachtend*! ¡Que vibre la canción de tu destino!

Te invitamos a iniciarla con un acorde disonante. Te llamamos a que sea TU acorde disonante.

¡Levanta el violín de tu destino!

¡Incluso con materias humildes, incluso con leña seca y crin de caballo! ¡Que tu sangre mueva el arco!

Cada día ..... ¡Da capo!



**Ana Marzo Portera**  
Marzo & Abogados

*Marzo & Abogados*  
DERECHO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

# El reto de Internet de las Cosas

Internet de las Cosas (IoT, en sus siglas inglesas) se encuentra en el umbral de integración en las vidas de los ciudadanos porque, pese a que la viabilidad de muchos de los proyectos de IoT están aún en desarrollo, ya existen numerosos “objetos inteligentes” que controlan nuestros hogares, automóviles, entornos de trabajo y actividades domésticas que se comunican entre ellos.

En la actualidad ya convivimos con el ecosistema de Internet de las Cosas casi a diario, aunque cada vez se nos hacen más imperceptibles los progresos porque nos vamos acostumbrando a ellos y terminamos por sentirlos como necesarios y habituales.

Algunos ejemplos del mundo de Internet de las Cosas que ya vivimos y otros que viviremos, son los ‘ordenadores corporales’ en prendas de ropa cotidianos, los relojes y gafas que incorporan dispositivos para ampliar sus funcionalidades como cámaras, micrófonos y sensores capaces de registrar y transferir datos a su fabricante. Hablamos de dispositivos *wearables* que hacen seguimiento del sueño; u otros que monitorizan el movimiento y elaboran de manera continua indicadores relacionados con la actividad física del usuario (calorías quemadas, distancias recorridas u otros) o la salud, en función de tendencias y cambios de comportamientos. También existen objetos más cotidianos como el cepillo que avisa de una caries e interactúa con el dentista y pide una cita automáticamente; aplicaciones de domótica como lámparas, calefacciones, aires acondicionados o electrodomésticos inteligentes que se encienden antes de llegar a casa o a horarios programados; objetos del hogar que contienen sensores de movimiento pueden detectar y registrar que un usuario está en casa y cuáles son sus pautas de movimiento y, en algunos casos, pueden desencadenar determinadas actuaciones previamente identificadas (como encender una luz o modificar la temperatura de una habitación). En definitiva, hay

un sinnúmero de objetos que se han incorporado o lo irán haciendo en un futuro próximo para formar parte del Internet de las Cosas.

Grandes, medianas y pequeñas empresas innovadoras y creativas contribuyen a fabricar y conectar los dispositivos, así como a proporcionar servicios de valor añadido, para satisfacer adecuadamente una serie de necesidades de los ciudadanos en este sentido y, por ello, puede decirse que, Internet de las Cosas presenta buenas perspectivas de crecimiento para todas las empresas que operan en estos mercados.

En la actualidad ya convivimos con el ecosistema de Internet de las Cosas casi a diario, aunque cada vez se nos hacen más imperceptibles los progresos porque nos vamos acostumbrando a ellos y terminamos por sentirlos como necesarios y habituales.

De hecho, un reciente estudio de la Comisión Europea calcula que el valor de mercado de la IO en la UE para superar un billón de euros en 2020 y, de hecho, la industria privada, los centros de investigación y las autoridades públicas comunitarias se han unido para liderar el proceso de desarrollo de la nueva generación de comunicaciones 5G en el que se desarrollará IoT.

Sin embargo, como ya aventuró el Grupo de Trabajo del Artículo 29 (compuesto por las Agencias Europeas de Protección de Datos) los beneficios que se esperan deben también respetar los numerosos retos a la intimidad y a la seguridad que se pueden asociar a Internet de las Cosas. Esto, en parte, se debe a que muchos de los dispositivos se utilizan al margen de la estructura tradicional de las TI y no ofrecen suficiente seguridad.

En este punto, como indica el Grupo del Artículo 29, “*más allá del cumplimiento de las condiciones jurídicas y técnicas,*

lo que está en juego su posible repercusión en la sociedad”.

Aunque la clave para respaldar la confianza y la innovación y, por lo tanto, el éxito en estos nuevos mercados parece que es capacitar a las personas manteniéndolas informadas, libres y seguras, esto no es una tarea fácil.

Y es que, de hecho, el concepto de Internet de las Cosas está vinculado a una infraestructura en la que miles de millones de sensores incorporados a dispositivos comunes y cotidianos registran, someten a tratamiento, almacenan y transfieren datos y, al estar asociados a identificadores únicos, interactúan con otros dispositivos o sistemas.

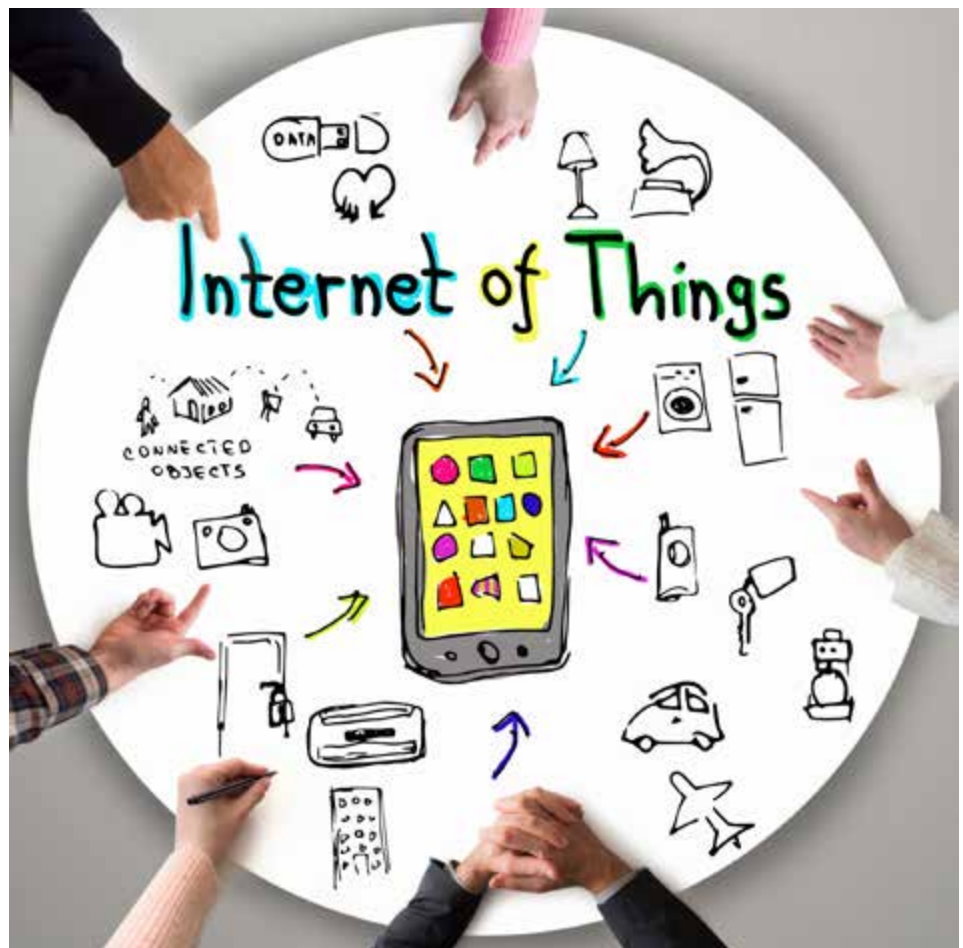
Se abre aquí un gran negocio para las partes interesadas que desean ofrecer nuevas aplicaciones y servicios mediante la recopilación y posterior combinación de todos los datos acerca de las personas, ya sea únicamente para medir los datos del entorno, ya para observar y analizar los hábitos del usuario de manera específica.

La tendencia del avance de este mercado supone que la intervención combinada de múltiples partes interesadas, como fabricantes de dispositivos, plataformas sociales, aplicaciones de terceros, prestadores o arrendadores de dispositivos, corredores de datos o plataformas de datos y prestadores de servicios, que interactuarán tratando y manejando datos de millones de personas llegando a disponer de un conocimiento casi exacto y al detalle de los hábitos de estas personas, personalidad, estilos de vida, horarios, capacidad económica y otros tantos aspectos de su intimidad y privacidad.

En este marco varias son las obligaciones que ya se deben tener en cuenta tras la reciente aprobación del Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de Abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos, y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (en adelante Reglamento General de Protección de Datos), fundamentalmente respecto de los principios que deben regir el tratamiento de los datos personales de los usuarios de los dispositivos conectados en Internet de las Cosas.

Partimos de la base del principio de minimización de datos, por el cual, los datos innecesarios para lograr un fin definido y concreto, no se deberán recoger y almacenar “por si acaso” o “porque pueden ser útiles más adelante”. De hecho, este principio implica expresamente que cuando los datos personales no son necesarios para prestar un servicio determinado en Internet de las Cosas, como mínimo se debe ofrecer al interesado la posibilidad de usar el servicio de manera anónima.

Y en su vertiente completa, este principio debe entenderse junto con el de proporcionalidad, necesidad y cancelación de manera que, los datos personales recogidos y sometidos a tratamiento en el contexto del Internet de las Cosas, se deben conservar durante un periodo no superior al necesario para el fin para el que fueron recogidos



o para el que se traten ulteriormente. Pero cuando un usuario no hace uso de un servicio o una aplicación durante un periodo de tiempo definido, su perfil se debe desactivar. Transcurrido un periodo adicional, los datos deben eliminarse y en todo caso, antes de dar estos pasos, la parte interesada debe notificárselo al usuario con los medios pertinentes que tenga a su disposición.

Además de la aplicación de otros principios relevantes, como el del tratamiento lícito, leal, transparente e informado, debe destacarse el derecho a la portabilidad que cualquier persona podrá hacer valer y cuyo objeto no es otro que poner fin a las situaciones de “bloqueo” de los datos del usuario.

Así, el usuario tendrá derecho a recibir los datos personales que le incumban, que hayan resultado del uso de un dispositivo o servicio, en un formato estructurado, de uso común y lectura mecánica, y a transmitirlos a otro agente sin que lo impida el responsable o titular del anterior servicio.

Este derecho está especialmente diseñado para cuando el tratamiento de los datos del usuario se ha efectuado por medios exclusivamente automatizados y al ejercer su derecho a la portabilidad de los datos, el usuario tendrá derecho a que los datos personales se transmitan directamente de “responsable a responsable del fichero”, cuando ello sea técnicamente posible.

En definitiva, Internet de las Cosas representa el siguiente paso hacia la digitalización de nuestra sociedad y la economía, donde los objetos y las personas están interconectados a través de redes de comunicación y donde, si las leyes son respetadas, el ciudadano será, con su poder de decisión sobre sus datos personales, “la llave” para la innovación de futuros servicios en este nuevo ecosistema. Un nuevo reto para la sociedad, los ciudadanos y las empresas.

## NUESTROS ASOCIADOS



### INFORMACIÓN PERSONAL

- **Lugar de nacimiento:** Madrid
- **Aficiones en su tiempo libre:** lectura, bricolaje con madera, jardinería y, como deporte, la natación.
- **Un restaurante de la ciudad en la que reside, que recomendaría al resto de asociados y lugares que deberían visitar si van allí:** si bien aprecio la gastronomía de los grandes restaurantes, cada día me gusta más la cocina casera que ciertos pequeños locales nos ofrecen. Mi comida favorita del día es el desayuno, y en Rivas Vaciamadrid, donde se encuentran nuestras oficinas, hay varios sitios interesantes donde además puedes tranquilamente leer la prensa antes de comenzar la larga jornada laboral.
- **Escritor preferido y la mejor de sus obras, en su opinión:** El ya fallecido Isaac Asimov, que es muy conocido por sus obras de ciencia-ficción, muchas de las cuales han pasado al cine, pero a mí particularmente me gusta también su faceta de historiador. Ahí sus libros son un descubrimiento.

# Luis Espartosa Pérez

El CIO de Deoleo, empresa española que comercializa aceite en más de 80 países, nos habla de la evolución de la compañía en el uso de las soluciones SAP desde que a finales de los años 90 la firma implantó su sistema ERP.

### ¿Desde cuándo es su compañía usuaria de SAP y por qué?

La primera implantación de SAP fue a finales de los noventa. A lo largo de este tiempo el ERP ha acompañado a la compañía demostrando las cualidades que lo que nos llevaron a elegir la solución: robustez y agilidad.

### Resúmanos qué soluciones utilizan a día de hoy.

Disponemos del software ERP con los módulos SD, MM, PP, PA, FI y CO, y también del sistema SAP Business Warehouse (BW) y la familia de productos de SAP BusinessObjects desde hace bastantes años. Actualmente estamos desplegando SAP BPC, y tanto el ERP como BW sobre SAP HANA.

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

La decisión de implementar SAP se tomó ante el crecimiento de la empresa y la necesidad de tener un dato integrado y un software que incorporara mejores prácticas. Especialmente esto último sigue siendo muy valorado y siempre buscamos en el estándar las soluciones a nuestros nuevos desafíos. Sólo en casos muy particulares optamos por soluciones a medida dentro del sistema ERP, como es el caso de las Fichas Técnicas que se usan para la producción en las fábricas.



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

Desde el principio fuimos conscientes de que para asegurar las necesidades de la compañía en su evolución debíamos mantener una única instancia y lo más cerca posible de las últimas releases. Esta decisión estratégica nos ha permitido dar respuesta al negocio a unos costes contenidos. Además, el complemento que hemos encontrado en SAP BW y SAP BusinessObjects nos permite analizar el negocio en tiempo real para todos los mercados.

### ¿Qué retos está afrontando el departamento de TI en 2016 y qué proyectos tecnológicos van a priorizar?

Nuestro reto permanente es la flexibilidad, y particularmente este año es dar soporte a la transformación operativa de la compañía en diferentes apartados. Los proyectos tecnológicos que acompañan a esta transformación están basados en el despliegue SAP BPC, activación del Ledger de Materiales, y el paso a SAP HANA del ERP y el BW, así como el análisis de las posibilidades que da el servicio de HCP (SAP HANA Cloud Platform) con relación a IoT.

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



Decidimos incorporarnos a AUSAPE este mismo año. Creemos que nos puede aportar mucho valor compartir experiencias, recibir información de primera mano sobre el mundo SAP y participar en foros.

## LA EMPRESA

Deoleo se fundó en 2011 al cambiar su denominación desde el anterior Grupo SOS y centrar su negocio, hasta entonces diversificado en varios segmentos de alimentación, exclusivamente en el aceite. La compañía, que cotiza en la Bolsa española, es líder mundial en comercialización de aceite de oliva envasado.

Esta firma tiene presencia en más de 80 países de los cinco continentes con un porfolio de más de 40 marcas, algunas

de ellas de alcance mundial y presencia en distintos países y otras, de ámbito local.

Las principales marcas del grupo, tanto españolas (Carbonell, Hojiblanca, Koipe) como italianas (Bertolli, Carapelli y Sasso), ocupan posiciones de liderazgo en la mayoría de los mercados en los que operan.

El grupo cuenta con fábricas propias en España e Italia y con delegaciones comerciales en otros 15 países.

## DE UN VISTAZO

**Nombre de la empresa:** Deoleo

**Sede:** Parque Empresarial Rivas Futura  
C/ Marie Curie, 7, 4ª plta. Edificio Beta  
28521 – RIVAS VACIAMADRID (MADRID)

**Sector:** Alimentación

**Facturación (31/12/15):** 817,3 millones de euros

**Número de empleados (31/12/15):** 729

**Web site:** [www.deoleo.com](http://www.deoleo.com)



**Javier Zardoya**

Director General de IDE-CESEM, Escuela de Negocios con más de 45 años, homologada por SAP ESPAÑA para impartir (Finanzas, BPC y ABAP)



# “La curiosidad mató al gato”

Hace unos días, algunos de nuestros vecinos europeos estaban sorprendidos del crecimiento que experimentaba nuestro país, aún a sabiendas de que falta poco para cumplir un año sin Gobierno. ¡Curioso! Esto me hizo reflexionar y entender que, cuando re-mamos todos se consigue el éxito, a pesar de no contar con un capitán de barco.

Cuando queremos conseguir algo, únicamente tenemos que marcar un plan y cumplirlo. Lo experimentamos en todas las facetas de nuestra vida: el amor, los estudios, los éxitos deportivos o de otra índole, nuestro primer trabajo... y cuando lo hemos conseguido, parece que no ha supuesto ningún esfuerzo, ni inversión. Primer error: todo conlleva un plan.

Tras la vuelta de las vacaciones, en muchas empresas se abren procesos de selección para cubrir algunas posiciones. Tras hablar con colegas al respecto, todavía no he salido de mi asombro cuando me comentan que, en dichos procesos de selección que se están llevando a cabo, algunos de los/as candidatos/as no se dignaron a asistir a la entrevista programada. ¿Cómo es posible que alguien que aplica a una oferta de empleo no se presente a la entrevista y no contacte para comunicar que no podrá acudir por algún suceso o excusa? Obviamente algo está ocurriendo. Las tecnologías nos han permitido acceder a nuevo talento de una manera rápida y eficaz pero también es cierto que todos nos comportamos como anónimos. Cuesta dejar huella que no sea digital.

La falta de compromiso, valores, responsabilidad y me atrevería a decir educación, son latentes en algunos individuos de la sociedad. Éstos sí dejan huella, pero lamentablemente, nada favorable.

Todos conocemos empresas que se encuentran en lo más alto y aspiramos a ser como ellas. Además de contar con unos procesos excelentes, estas empresas tienen el mejor talento y para mantenerlo apuestan por el conocimiento. La curiosidad es otro puntal a desarrollar en nuestras organizaciones y en nuestros profesionales. Algo que debería ser innato y que cuando somos niños está muy presente en nuestras vidas, parece que lo vamos perdiendo cuando crecemos. Según vamos cumpliendo objetivos, cerramos puertas que consideramos jamás deberíamos volver a abrir, perdemos curiosidad.

Si queremos ser excelentes, dejar huella de la buena, tenemos que sentir curiosidad en el buen sentido de la palabra, siempre. Estar informados y formados nos proporciona la seguridad y profesionalidad necesarias a la hora de abordar proyectos, entrevis-



tas de trabajo (a las que acudiremos), asumir nuevos retos... Está claro que no vamos a conseguir más haciendo lo mismo que todos. Para brillar y destacar tenemos que abrir la mente a nuevas experiencias, nos encontramos en un mundo global que gira muy deprisa y no permite el estancamiento.

Si recordamos cómo eran los profesionales de hace tan solo unas décadas, podían permanecer en el mismo puesto y la misma empresa durante casi toda su vida laboral. Esto ahora es impensable y además aquellos profesionales que llevan tiempo en la misma organización, se forman constantemente para estar al día de nuevas tendencias, por supuesto de la tecnología y para mejorar e ir creciendo en la organización.

En IDE-CESEM siempre me ha sorprendido la actitud de los profesionales que provienen de Ingeniería. Son conscientes de la necesidad de dejar de ser tan técnicos para ampliar competencias, desde más comerciales hasta, por supuesto, llegar a la dirección y gestión. Ellos siempre han tenido claras sus carencias y han sabido adaptarse al nuevo entorno profesional, sintiendo la curiosidad de la que hablábamos antes.

Por último, no lo olvidéis, jamás matéis la curiosidad. Gracias a ella os sentiréis más vivos y activos.



# Making HR Work Better

---

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

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

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

Las empresas que ganarán el futuro no serán las más grandes, sino las más ágiles, las más flexibles, las más innovadoras, las que mejor se adapten al cambio.

# ¿Estás preparado para ser una empresa digital?



Realiza nuestro **test de autodiagnóstico** y mide tu madurez digital

[www.seidordigital.com/test](http://www.seidordigital.com/test)