

## Las Delegaciones de AUSAPE celebran los SAP Day



95 profesionales de  
empresas asociadas  
participan en la iniciativa

### EN ESTE NÚMERO

La Asociación organiza el primer evento de Localización que se celebra en España

### Grupos a Fondo

Nuevos GTs: Logistics & Retail y Movilidad y Fiori inician actividad

### La trastienda

Schindler nos habla de su experiencia con SAP



# 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.



### Óscar Soler

Miembro de la Junta Directiva y Responsable de la Delegación Internacional de AUSAPE, en representación de la Universidad Complutense de Madrid.

# 2016, un año muy positivo en la evolución de AUSAPE

Estimado Asociado,

2016 está a punto de terminar, y es momento de valorarlo y fijar los objetivos para el año que empieza.

A lo largo del año, AUSAPE ha dado continuidad a muchas de sus actividades. Haciendo repaso, el Fórum, en su XII edición, ha vuelto a refrendar su liderazgo como evento tecnológico y su capacidad para reunir a la comunidad SAP, y hemos ofrecido también soporte a la actividad de los Grupos de Trabajo y Delegaciones, a múltiples eventos de partners asociados, se han firmado nuevos acuerdos de colaboración con grupos de interés, etc.

En el interior de la revista, encontraremos amplios resúmenes de la actividad de la Delegación Internacional en el último mes y medio, que ha participado en el Congreso que la Asociación de Usuarios de SAP en Francia (USF) ha organizado en la ciudad de Nancy y en el reciente F2F Meeting que ha tenido lugar en Walldorf, en el que AUSAPE ha tenido un papel protagonista exponiendo al resto de los Grupos de Usuarios la iniciativa de las Visitas al Centro de Soporte SAP de Madrid. Ambos eventos dan buena muestra de la consolidación de nuestra actividad internacional.

La potenciación de todas estas acciones no ha impedido que se hayan puesto en marcha

nuevas iniciativas, como los SAP Day. Otro claro ejemplo fue la organización en Barcelona, con la colaboración de Seidor e IESE, de la Sesión Magistral “¿Cómo conectar con un mundo globalizado aplicando estrategia y tecnología?”, que reunió a 60 directivos de primer nivel para analizar las claves para evolucionar al entorno digital.

Fue un evento que se alinea con nuestro Plan Estratégico 2015-2017, diseñado para ofrecer más valor al Asociado. Y, en este sentido, también han iniciado actividad nuevos Grupos de Trabajo, como Industria 4.0 y, como informamos en esta revista, están dando también sus primeros pasos Logistics & Retail, Movilidad y Fiori, SAP HANA y SuccessFactors. Además, se han consolidado las Delegaciones de Baleares y Andalucía, y se han reforzado las actividades de las representaciones de Cataluña, Levante y Canarias.

Y terminamos el año con otra iniciativa que va a resultar interesante para las empresas asociadas: el Localization Day. Organizado por AUSAPE y SAP, éste será el primer evento que se celebre en España sobre este tema. Éste será nuestro broche a 2016, pero ya estamos planificando un mejor 2017.

*¡Felices Fiestas y disfrutad de la revista!*



## Nuestros colaboradores habituales

### HELMAR RODRÍGUEZ

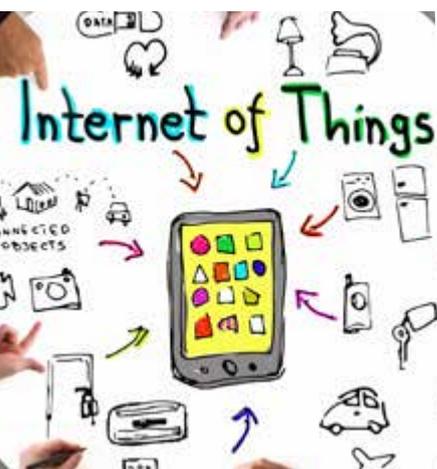
Design Thinker. Con una formación que combina el enfoque empresarial con una fuerte base humanista, imparte seminarios de desarrollo personal, comunicación, liderazgo y oratoria en España, Portugal y Latinoamérica. Le puedes encontrar en nuestra sección ‘Virus de la Mente’ y también en: [www.virusdelamente.blogspot.com](http://www.virusdelamente.blogspot.com)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

### GONZALO M. FLECHOSO

Licenciado en derecho y Auditor Cisa (ISACA), con una larga experiencia en asesoramiento en tecnologías de la información y la comunicación, a través de MARZO ASESORES, sobre comercio electrónico, redes sociales, contratación informática, compliance, protección de datos. Profesor en distintos masters y cursos, y colaborador en publicaciones especializadas en tecnologías de la información. Puedes encontrarle en nuestro “Rincón Legal”, en LinkedIn y en [www.marzoasesores.com](http://www.marzoasesores.com)



|   |    |
|---|----|
| DESTACAMOS A ...  | 03 |
| NOTICIAS  | 04 |
| ENTREVISTA  | 14 |
| Ignacio San Luis, Director de Integra Soluciones  |    |
| José Manuel Nieto, COO de Techedge España   |    |
| ENTREVISTA INTERNACIONAL / INTERNATIONAL INTERVIEW  | 20 |
| Sven Lindemann, CEO en Hanse Orga / CEO at Hanse Orga   |    |
| AUSAPE GLOBAL / GLOBAL AUSAPE   | 24 |
| Héctor Calva, Presidente de / Chairman of ASUG México. CIO de / of Coca-Cola FEMSA                            |    |
| Las visitas al Centro de Soporte Global SAP de Madrid, protagonistas del último SUGEN F2F Meeting de Walldorf |    |
| AUSAPE asiste a la Convención USF 2016  |    |
| CASO DE ÉXITO   | 32 |
| SAP BW on HANA en Técnicas Reunidas   |    |
| Deoleo avanza hacia SAP HANA de la mano de Tecnomcom  |    |
| EN PROFUNDIDAD  | 36 |
| La transformación digital llega a Compras   |    |
| SAP Hybris Marketing: cómo rentabilizar al máximo la información y los comportamientos de los clientes        |    |
| SAP Hybris, el arma decisiva en la batalla por la relevancia  |    |
| SAP Learning Hub, la apuesta de SAP para la formación basada en Cloud   |    |
| Haga que su empresa "suba de nivel"   |    |
| La Retribución Flexible para ofrecer valor al empleado  |    |
| NGA cleaHRsky, la primera solución para Recursos Humanos totalmente integrada en modalidad HR-as-a-Service    |    |
| Las personas se crean y se transforman... o se destruyen  |    |
| Mantenimiento Predictivo con SAP Pdms   |    |
| GRUPOS A FONDO  | 54 |
| La Delegación de Levante, 13 años activa uniendo a las empresas asociadas                                     |    |
| El Grupo BI-BO cumple seis años profundizando en la 'inteligencia' de las empresas                            |    |
| AUSAPE pone en marcha nuevos Grupos de Trabajo  |    |
| EL VIRUS DE LA MENTE  | 60 |
| Hic sunt dracones   |    |
| RINCÓN LEGAL  | 62 |
| Consecuencias legales de un ataque DDoS   |    |
| LA TRASTIENDA   | 64 |
| Atreverse a inventar  |    |
| M <sup>a</sup> José Cansado Gracia, Head of Global Support & Development Center EU/IME de Schindler           |    |
| FIRMA INVITADA  | 68 |
| A ser inteligentes... se aprende  |    |



**ENTREVISTA**  
**(pág. 14)**  
Ignacio San Luis,  
Director de Integra Soluciones

**ENTREVISTA (pág. 16)**

José Manuel Nieto, COO de Techedge España



**ENTREVISTA INTERNACIONAL /**  
**INTERNATIONAL INTERVIEW (pág. 20)**

Sven Lindemann, CEO en Hanse Orga / *CEO at Hanse Orga*



**AUSAPE GLOBAL /**  
**GLOBAL AUSAPE**  
**(pág. 24)**

Héctor Calva, Presidente de /  
*Chairman of ASUG México.*  
CIO de / *of Coca-Cola FEMSA*



**AUSAPE GLOBAL / GLOBAL AUSAPE (pág. 30)**  
AUSAPE asiste a la Convención USF 2016

**FIRMA INVITADA (pág 68)**

Anxo Pérez,  
CEO de 8Belts.com y autor de la colección 88 Peldaños



**LA TRASTIENDA (pág. 66)**

M<sup>a</sup> José Cansado Gracia,  
Head of Global Support & Development Center EU/  
IME de Schindler



# Las Delegaciones de AUSAPE celebran los SAP Day

En menos de un mes se han celebrado los SAP Day en las Delegaciones de AUSAPE, iniciativa conjunta de AUSAPE y SAP, que tuvo por objetivo ofrecer una visión de algunas de las soluciones más recientes de la compañía, y mostrar diferentes escenarios de uso.

La agenda común a todos los eventos incluyó un revisión de cómo las empresas pueden aprovechar las ventajas de SAP HCP (HANA Cloud Platform) o SAP HANA Enterprise Cloud (HEC), así como una presentación de la nueva propuesta de SAP para mejorar la gestión de la experiencia del cliente y las últimas opciones de servicios de soporte que ha incorporado la compañía.

En lo que respecta a SAP HCP, los expertos de la compañía, subrayaron que la plataforma permite a las organizaciones integrar aplicaciones y datos, eliminando los silos de datos y proporcionándoles un acceso digital sencillo. Al mismo tiempo, les facilita extender las apps, agregando nuevas funcionalidades y optimizando la inversión realizada en productos ya existentes. Asimismo, está pensada para que las compañías creen y desplieguen nuevas aplicaciones de forma rápida para solucionar retos y poder innovar.

Más de de 4.000 clientes utilizan la plataforma, hay más de 500 partners construyendo aplicaciones y más de 1.000 apps disponibles en SAP HANA Apps Center.

Y, en este sentido, hablaron de SAP HANA Enterprise Cloud, la propuesta de nube privada de SAP, que dota a los clientes de infraestructura y servicios gestionados para esa infraestructura y que está diseñada para aplicaciones de misión crítica, y combina la flexibilidad y escalabilidad que los clientes necesitan para poder innovar.

En estas sesiones también se describieron los diferentes escenarios de evolución a SAP Suite on HANA y SAP S/4HANA, recomendando a las empresas que primero piensen en sus objetivos y lo que quieren alcanzar para, después, poder trazar la mejor ruta y la más sencilla.

Otra de las ponencias estuvo dedicada a las soluciones de SAP para la gestión de la experiencia de los clientes, articulada en torno a Commerce, Billing, Marketing, Servicio y Sales.

En ella se incidió que el cliente es hoy quien tiene el control, y en que hay que ofrecerles experiencias contextuales, consistentes y relevantes, independientemente del canal o dispositivo a través del que se conecte.

Según los especialistas de SAP, el marketing tradicional no funciona y hoy el contexto marca la diferencia. Por tanto, las empresas tienen que conocer las interacciones pasadas con el cliente, pero también lo que está haciendo en el presente y lo que podría hacer en el futuro.

Durante los SAP Day también se repasaron las diferentes opciones de soporte al que pueden optar los clientes de SAP, desde SAP Enterprise Support (que tienen todos los clientes de SAP), pasando por SAP Preferred Care (que es una nueva modalidad que incorpora un asesor de soporte que acompaña al cliente) hasta llegar a SAP MaxAttention, que ofrece un equipo de soporte de SAP que ayuda al cliente a ejecutar sus operaciones para que dediquen más tiempo a la innovación.



Sevilla



Canarias



Madrid



Levante



Cataluña

# Localization Day

14 de diciembre. Madrid



## AUSAPE y SAP organizan el primer evento de Localización en SAP que tendrá lugar en España

El próximo 14 de diciembre tendrá lugar Localization Day, el primer evento que se organiza en España sobre Localización en SAP. Ésta es una nueva iniciativa conjunta de AUSAPE con el proveedor y en él conoceremos la actual estrategia de SAP en esta área.

Será una jornada en la que se ofrecerá la visión de los servicios de la compañía, pero también de las herramientas y recursos en los que está trabajando de cara al futuro para facilitar la adaptación de las empresas a los nuevos modelos digitales, al mismo tiempo que cumplen con las nuevas normativas locales.

Expertos locales e internacionales del área de Globalización de SAP nos hablarán de los nuevos servicios de localización y traducción de la compañía, entre ellos SAP Localization Hub y SAP Translation Hub, además de muchos temas de interés relaciona-

dos con la localización e idiomas, tanto en entornos Cloud como On-Premise.

Además, habrá sesiones paralelas sobre temas específicos de RR.HH., como el movimiento de procesos locales a un ámbito global con SAP SuccessFactors Employee Central, y de localización de la solución FI. En estas sesiones participarán también los coordinadores de los Grupos de Trabajo de AUSAPE: Jorge Márquez (SuccessFactors), Jordi Flores y Miguel Ángel Gamez (RR.HH.) y Sara Antuñano (Financiero).

El evento tendrá lugar en el Hotel Ilunium Atrium, situado en la calle Emilio Vargas, 3 y 5 de Madrid. El aforo de la sala es limitado, por lo que sólo podrán asistir dos personas por empresa.

Los interesados pueden consultar la agenda e inscribirse en la web de AUSAPE ([www.ausape.es](http://www.ausape.es)).

### Microsoft elige SAP SuccessFactors HCM Suite para transformar sus RR.HH.

La firma ha elegido la suite completa de gestión del talento de SAP para transformar sus RR.HH. Con la decisión, espera no solo reducir costes e impulsar la eficiencia operacional, sino también proporcionar una experiencia de empleado mejorada, que coincida con su filosofía de elegir la nube y el móvil como primera opción (cloud and mobile first), que contribuye a atraer y retener talento, fomenta el compromiso del empleado e impulsa los resultados de negocio.

### Techedge y Libelium desarrollan una solución para Industrial IoT

Techedge y Libelium han desarrollado Smart Factory, solución para la Industria 4.0 que monitoriza en tiempo real parámetros estratégicos para los procesos productivos como la temperatura, presión, calidad del aire o niveles de contaminación o ruido. Con la solución, que ha obtenido la certificación de SAP, la información generada por los sensores inalámbricos de Libelium se integra en SAP HANA Cloud Platform (SAP HPC).

# Atos

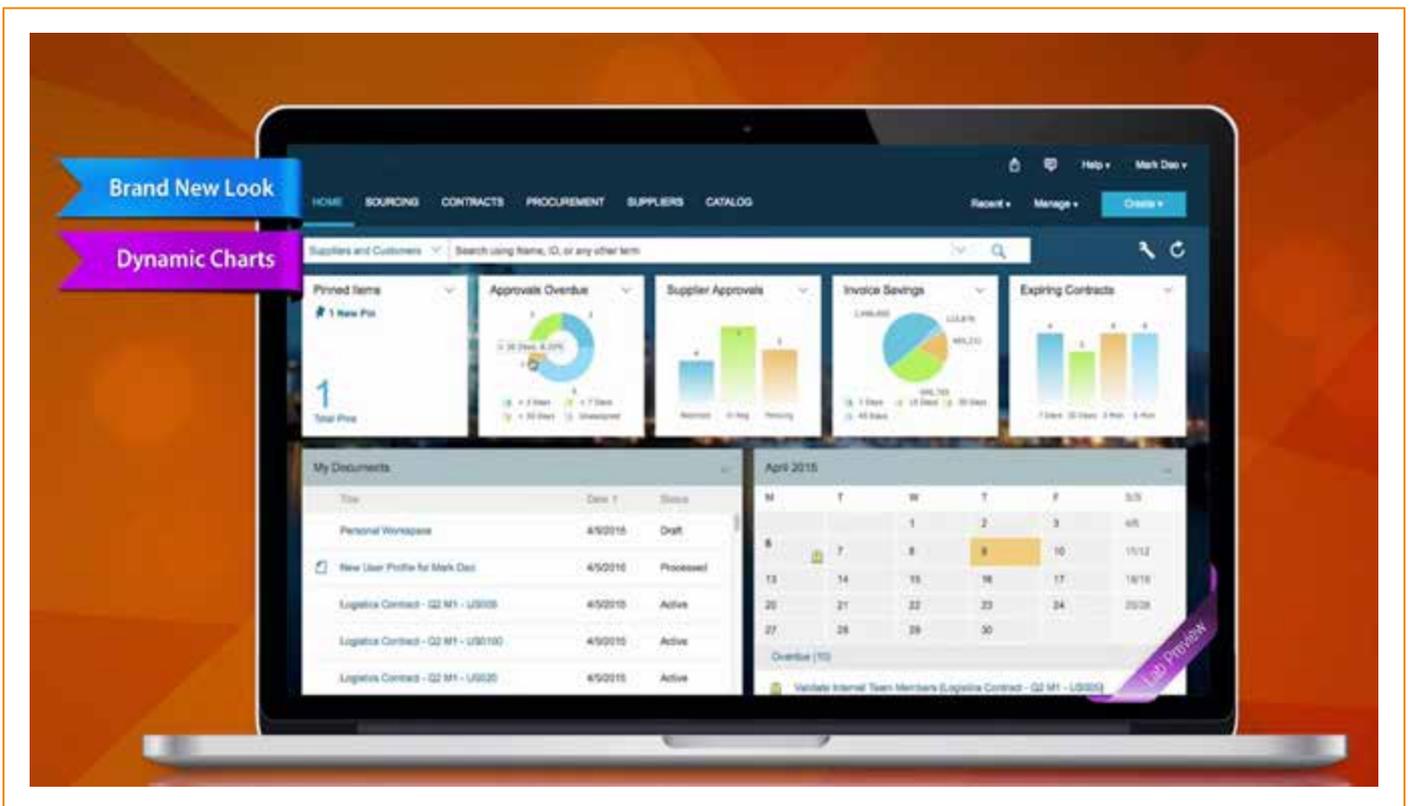
## Atos simplifica los procesos de compras a través de SAP Ariba

Atos ha experimentado un gran crecimiento en los últimos años gracias, fundamentalmente, a la adquisición de nuevas compañías. Como consecuencia de dichas adquisiciones, los diferentes departamentos de Atos se encontraron que utilizaban un gran número de herramientas de soporte. Ante esta circunstancia, el departamento de compras se planteó llevar a cabo una simplificación de sus procesos a través de un modelo 'software-as-a-service', proporcionando a todos los stakeholders acceso a una plataforma estándar. El objetivo de Atos y, concretamente, del departamento de compras era buscar una herramienta que le

ayudara a mejorar el control y la visibilidad. Para ello seleccionó la solución SAP Ariba.

Con la implantación de SAP Ariba, Atos buscaba la simplificación, estandarización y automatización de los procesos existentes. El objetivo era obtener mayor visibilidad a través del grupo y reducir los costes de los procesos 'end-to-end procure-to-pay' (P2P).

Al adquirir SAP Ariba, Atos también se había planteado la modernización de su base de datos de contratos, su catálogo y la gestión de la relación con sus proveedores.



### Nuevos Asociados

En este número damos la bienvenida a:



**AMYPRO SOLUTIONS, S.L.**  
 Consultoría informática  
[www.amypro.es](http://www.amypro.es)

### everis inaugura el Basque Talent Solutions Center en Bilbao

Éste es un centro de excelencia que diseñará proyectos de transformación de negocio y tecnología en materia de recursos humanos para instituciones tanto públicas como privadas. La consultora cuenta actualmente con un equipo de 200 profesionales en Bilbao, de los cuales 25 están directamente vinculados con el centro. No obstante, en línea con su compromiso con la creación de empleo de calidad y promoción del talento, la consultora prevé incorporar a 300 empleados a su equipo de Bilbao en los próximos tres años.

# ¿CONOCES LOS DESEOS DE TUS CLIENTES?

Predice lo que quieren y **dáselo!**



## CRM

Gestiona eficazmente tu negocio

Ventas y atención al cliente

## HYBRIS

Aumenta tus beneficios a través de Internet

Comercio electrónico y Marketing Digital

## ANALYTICS

Decide con una visión de conjunto

Segmentación y análisis de la información

**altim**<sup>®</sup>

El valor de la innovación

Visita nuestra web  
[www.altim.es](http://www.altim.es)



# Empresas de Levante y Baleares visitan el Centro de Soporte Global SAP

Las empresas asociadas de Levante y Baleares, junto con una compañía de Canarias, han protagonizado la última visita del año al Centro de Soporte SAP, que ya fue visitado por organizaciones de otras regiones de España a lo largo de los últimos meses. Es el caso de las empresas asociadas de Asturias, País Vasco, La Rioja, Cataluña y Aragón.

AUSAPE pretende dar continuidad a lo largo del año que viene a esta exitosa iniciativa, que tiene como objetivo divulgar la forma de trabajo del equipo de soporte, establecer contactos personales con sus miembros y, por supuesto, que los Asociados conozcan las herramientas que SAP pone a su disposición para resolver sus incidencias.



## ESTRUCTURA DE LA VISITA

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. Y, finalmente, hay una comida informal pensada para generar relaciones entre los distintos asistentes y los miembros del equipo de soporte.

Esta iniciativa cuenta con el apoyo financiero de AUSAPE, que sufraga 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.

## El centro celebra sus 15 años en España

El Centro de Soporte Global (GSC, por sus siglas en inglés) que SAP de Madrid celebra en 2016 sus 15 años en España. Según la compañía, el GSC tiene dos objetivos fundamentales como prevenir y capacitar al cliente y al partner para resolver posibles inconvenientes que puedan surgir con el software de SAP y hacerlo lo más rápido posible y, por eso, es el mejor termómetro para conocer cómo están funcionando las soluciones y herramientas y detectar los posibles problemas.

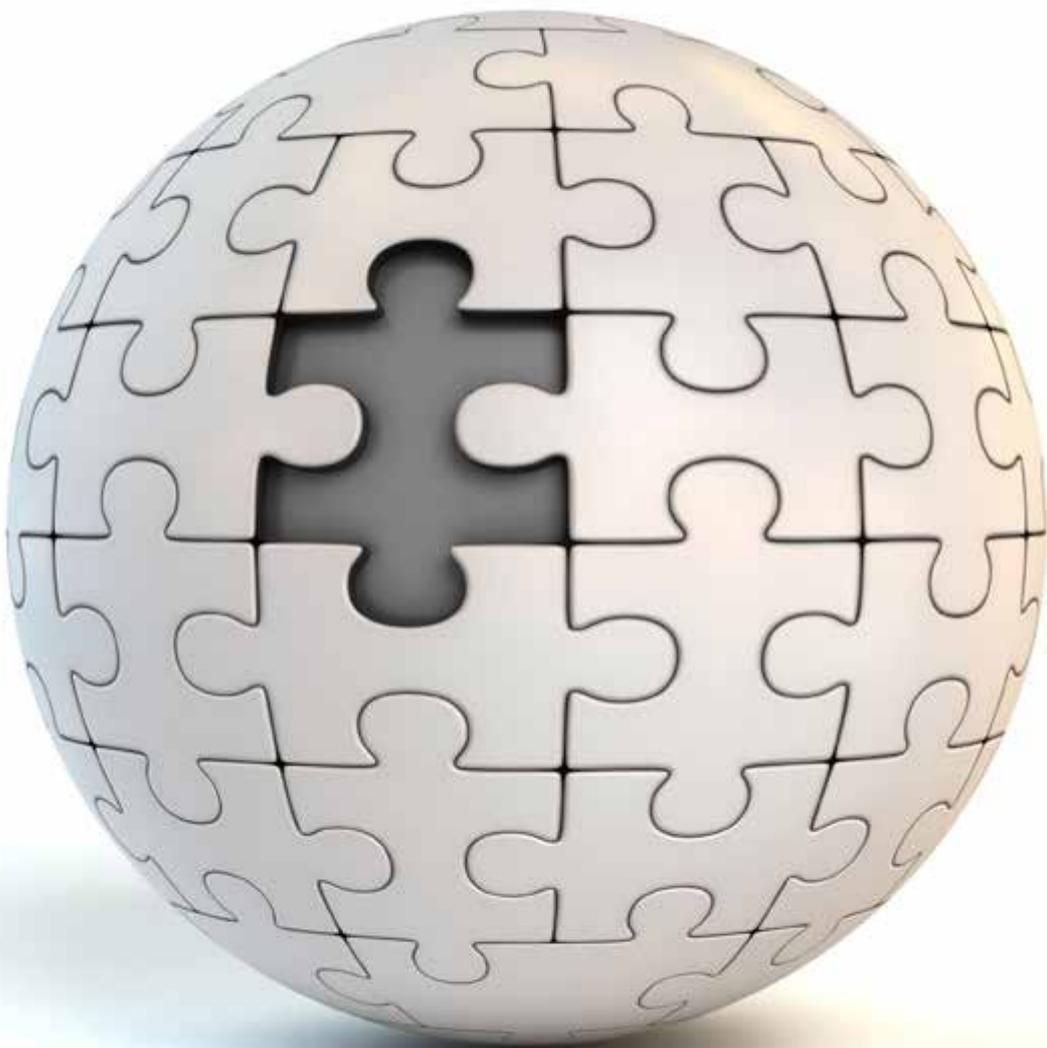
El centro de Madrid se ha convertido en modelo de funcionamiento para la creación de otros similares en Brasil, China o India, y diversas iniciativas emprendidas en su seno se han trasladado a otras unidades dentro de SAP.

En estos últimos años una de las grandes líneas de trabajo del GSC de Madrid ha sido humanizar el trato al cliente. Según Bernard Luecke, su director, "el éxito de este centro se debe a la implicación del personal, que está constantemente planteándose retos y desarrollando ideas e iniciativas para ofrecer el mejor soporte posible al cliente. Como parte de ese proceso, era básico que la relación pasara de ser proveedor-cliente, es decir, más fría e impersonal, a adquirir otro nivel en el que se pudiera percibir un trato más cercano, más personalizado. Para ello era imprescindible poder mantener una relación más directa e incluso tener la oportunidad de conocerlo personalmente".



# ¡ASÓCIATE!

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



# SAP anuncia SAP HANA 2 en TechEd Barcelona

SAP ha anunciado en TechEd Barcelona SAP HANA 2, que estará disponible para clientes el próximo 30 de noviembre, mientras que la versión Express Edition de la plataforma lo estará poco después de esta fecha de lanzamiento general.

HANA 2 incluye características mejoras en las siguientes áreas:

- **Gestión de bases de datos:** las organizaciones de TI podrán garantizar la continuidad de las actividades de negocio a través de importantes mejoras en materia de alta disponibilidad, seguridad, gestión de la carga de trabajo y administración. Por ejemplo, la nueva opción active/active read-enabled (activo/activo con permiso de lectura), permite a las organizaciones aprovechar sistemas secundarios –que hasta ahora solo se empleaban para la replicación de sistemas– para aliviar cargas de trabajo de lectura intensiva y mejorar así las operaciones.
- **Gestión de datos:** las empresas podrán aprovechar los datos, independientemente de dónde se ubiquen, a través de mejoras en el modelado de la empresa, la integración de datos, la calidad de estos y el almacenamiento por niveles. Una nueva edición de la aplicación SAP Enterprise Architecture Designer Web que funciona con SAP HANA y se basa en esta plataforma permite a las organizaciones gestionar complejas arquitecturas de información y visualizar el impacto potencial de las nuevas tecnologías antes de su implantación.
- **Inteligencia analítica:** los desarrolladores están integrando conocimientos enriquecidos en aplicaciones con motores de procesamiento analítico mejorado para texto, datos espaciales, gráficos y transmisión de datos. Por ejemplo, se han añadido nuevos algoritmos de clasificación, asociación, series temporales y regresión a la biblioteca de análisis predictivo para facilitar

a los analistas de datos la labor de descubrimiento de nuevas pautas e incorporar el aprendizaje automático a aplicaciones personalizadas.

- **Desarrollo de aplicaciones:** los desarrolladores podrán crear y desplieguen una nueva generación de aplicaciones con funciones mejoradas para servidores de aplicaciones, herramientas de desarrollo y lenguajes. Por ejemplo, la función de apoyo a la importación de un lenguaje propio ofrece la opción de añadir paquetes de creación y tiempos de ejecución de terceros que pueden utilizarse en el marco de SAP HANA Extended Application Services, Advanced Model Además, la nueva API de procesamiento de archivos permite que los desarrolladores extraigan texto y metadatos de documentos para integrar contenidos más ricos.

## NUEVOS MICROSERVICIOS EN LA NUBE

Según SAP, “los usuarios de microservicios en la nube basados en SAP HANA pueden mejorar las aplicaciones con datos analíticos mediante el uso de sencillas API y de cualquier lenguaje o plataforma de desarrollo”.

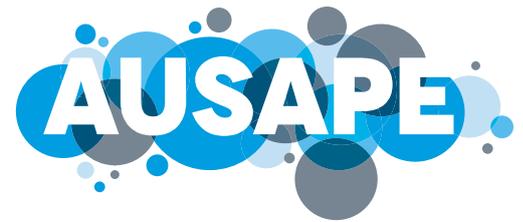
Entre ellos se encuentra un servicio cloud de extracción de entidades de análisis de textos, extracción de datos de análisis de textos y análisis lingüísticos de textos para mejorar las aplicaciones mediante el procesamiento del lenguaje natural.

Otro microservicio ha sido desarrollado con la Agencia Espacial Europea (ESA) para acceder a datos de los satélites y utiliza SAP HANA Spatial Edition para llevar a cabo el procesamiento espacial en la nube. Este servicio ofrece información histórica sobre la vegetación, el agua, el suelo y otros índices espectrales en tiempo real.

## en breve

**SAP completa su oferta de soluciones para Internet de las Cosas con SAP Connected Goods y SAP Dynamic Edge Processing, que permiten a sus clientes conectar gran cantidad de dispositivos y datos procedentes de sensores en tiempo real a los principales procesos de negocio para mejorar los resultados empresariales, así como reducir los costes de banda ancha, conseguir mayor visibilidad y conocimiento, y más oportunidades de ingresos.**

**La compañía también ha anunciado el lanzamiento de una nueva herramienta de exploración de la red con amplios usos que se ejecuta sobre SAP HANA. Este software plug-and-play, llamado SAP Connection Discovery for Public Services, está diseñado para que los funcionarios públicos puedan estar preparados para detectar y anticipar emergencias en cuanto éstas se manifiestan. El anuncio se ha realizado en el Smart Cities Expo World Congress.**



## AUSAPE hace revisión de sus hitos en 2016

Éste ha sido un año en el que AUSAPE ha desarrollado multitud de iniciativas, aunando actividades que son habituales en su calendario y poniendo en marcha otras nuevas para aumentar el valor que ofrece a las empresas asociadas.

La agenda de eventos de AUSAPE se inauguró, como es tradicional, con la celebración de la Asamblea General. Esta cita fue particularmente importante porque de ella salió la Junta Directiva, se hizo balance de 2015 y se presentó el plan de acción para este año. El ponente invitado de este año fue el coach internacional José Miguel Sánchez, que habló de “Resetearse para crecer”. En su charla animó a los asistentes a ‘resetearse’ para recuperar las cualidades con las que los seres humanos nacemos y que son normalmente las que buscan las empresas en sus profesionales. Por tanto, su consejo fue eliminar conductas que nos limitan cuando somos adultos.

Él fue el primero de los grandes oradores que acompañaron a AUSAPE en sus eventos. Así, la Asociación organizó, con la colabo-

ración de Seidor e IESE Business School, en Barcelona la Sesión Magistral “Cómo conectar con un mundo globalizado aplicando estrategia y tecnología”, un evento que logró reunir a 60 directivos de nivel C que tuvo como tema central la transformación digital. La sesión magistral corrió a cargo del Profesor Miquel Lladó, lecturer del departamento de Dirección Estratégica del IESE que dio las claves de supervivencia en el actual entorno VUCA, marcado por la volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad, y en el que la tecnología se está convirtiendo en clave para que las empresas adopten nuevos modelos de negocio e innoven para ganar competitividad.

Con Vicente Fox como ponente magistral se inauguraba en junio la XII edición del Fórum AUSAPE, que superó de nuevo el récord de asistencia con 696 profesionales SAP que no se perdieron la cita. Fue una convocatoria muy centrada en la transformación digital con un protagonismo claro de temas como IoT, la economía colaborativa o Cloud y, por supuesto, tecnologías SAP que impulsan la evolución hacia modelos digitales.

### Grandes avances

A lo largo del año, se han dinamizado los Grupos de Trabajo y se ha incrementado su número con el inicio de actividad de los dedicados a Industria 4.0, Logistics & Retail y Movilidad y SAP Fiori, estos dos últimos recién creados. Además, las Delegaciones de Baleares y Andalucía, que iniciaron actividad en el último tramo de 2015, se han consolidado en 2016 sumando fuerzas con las ya existentes de Cataluña, Levante y Canarias.

En paralelo, también se han puesto en marcha nuevas iniciativas que complementan su actividad habitual. En este apartado destacan dos llevadas a cabo conjuntamente con

SAP y que tendrán continuidad en 2017: las visitas organizadas al Centro de Soporte Global de SAP en Madrid y la celebración de los SAP Day, de los que hablamos en las páginas anteriores.

También reseñable fue el workshop exclusivo para Asociados sobre SAP Fiori y UX y al que asistieron 24 personas. A lo largo de dos días y de la mano de varios expertos en el tema que la multinacional desplazó desde su sede en Alemania, se analizaron las claves cómo crear una estrategia de UX en la empresa.

# El Corte Inglés, Ferrovial y Logista, ganadoras de los SAP Quality Awards 2016



Todos los premiados con João Paulo da Silva, Director General de SAP España, Israel y Portugal.



Xavier Ballart, durante la entrega del premio a Marta Hinojosa de Logista, y Fernando Gonçalves, representante de GUSP.

SAP ha hecho entrega de los SAP Quality Awards de España y Portugal, premios con los que busca reconocer los proyectos basados en su tecnología y acometidos a lo largo del año, que han destacado por la excelencia en la calidad de su implantación.

Un jurado compuesto por personas del entorno de SAP, miembros de AUSAPE y GUSP, la asociación de usuarios de Portugal, representantes de empresas usuarias, así como directivos de la propia compañía, ha sido el encargado de medir la calidad de los casos. Xavier Ballart, Presidente de AUSAPE, entregó uno de los galardones.

Las categorías en las que se dividen los premios son un fiel reflejo de la estrategia de la compañía: Innovación, Business Transformation y Fast Delivery. El ganador en la categoría de Innovación, es decir, del Oro fue El Corte Inglés, por el primer proyecto que se desarrolla en España y uno de los primeros del mundo para cumplir con la nueva legislación sobre los procesos de auditoría de las entidades de interés público.

En Business Transformation, la empresa ganadora del Oro ha sido Ferrovial por el proyecto Génesis, que ha supuesto una innovación fundamental en todo el modelo de gestión y la integración de los procesos de negocio de dos compañías de servicios del grupo, Ferroser y CESP. Esta iniciativa ha cambiado la forma de trabajar de 100 entidades y 1.000 empleados del grupo y ha resultado en la creación

de nuevos puestos de trabajo con nuevas responsabilidades. El partner ha sido IBM.

En Fast Delivery ha ganado Logista que, de la mano de Techedge como partner, ha llevado a cabo un proyecto de reingeniería de procesos para centralizar las actividades del call center relacionadas con la gestión de ventas y servicios del grupo. Para ello se ha basado en SAP CRM 7.0 y, además, se ha integrado con tres backends distintos de SAP ERP y con SAP Hybris Commerce para la gestión de las reclamaciones.

Los ganadores pasarán ahora a la fase regional, en la que competirán con otros proyectos elegidos en los diferentes países de EMEA.

En la categoría de Innovación, el segundo y tercer puesto ha sido para dos proyectos basados en SAP SuccessFactors. Así, la Plata ha sido para Gamesa Corporación Tecnológica, con Stratesys como socio tecnológico, mientras que el Bronce ha sido para Secil, con la participación de Accenture como implantador.

En Business Transformation, la Plata ha sido para El Corte Inglés con un proyecto llevado a cabo por SAP Digital Business Services, y el Bronce para Autopistas, an Abertis Company, con IBM como partner. Finalmente, en Fast Delivery, el segundo puesto ha sido para Ferritorial, por un proyecto en el que participó IBM, y el Bronce para Esteve, por una implantación llevada a cabo por everis.

## AUSAPE fija la fecha de la XXIII edición de su Asamblea General

La próxima edición de la Asamblea General tendrá lugar el próximo 26 de enero en el hotel Ilunium Atrium de Madrid.

El evento reúne anualmente a los representantes de las empresas asociadas para conocer el informe económico y de gestión del año que acaba de concluir, el plan de actuación para el siguiente, así como para diseñar la visión a futuro de la Asociación.



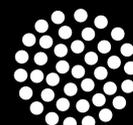
# **SAP® GLOBAL SERVICES PARTNER**

Líderes en soluciones y servicios de alto valor añadido  
en S/4HANA y SAP SUCCESSFACTORS.

Socio Tecnológico de las compañías multinacionales  
españolas en su expansión internacional.

**MÁS DE 2.000 PROFESIONALES ESPECIALIZADOS EN  
TODOS LOS PROCESOS DE NEGOCIO**

**MODELO DE ENTREGA GLOBAL, RED DE SOFTWARE LABS  
Y CENTROS DE DESARROLLO EN LOS 5 CONTINENTES**



Ignacio San Luis, Director de Integra Soluciones

# “Los proyectos de Talento son la línea de negocio en la que más estamos creciendo”

Trece años en el mercado y con la misma ilusión que el primer día. Entrevistamos a su primer directivo que nos habla del camino recorrido siempre buscando la excelencia en Recursos Humanos. Su gran apuesta actualmente es la plataforma de gestión del talento SAP SuccessFactors, un área de gran crecimiento en la compañía.

## Háblenos de su oferta en el mercado.

Centramos nuestra actividad en implantar soluciones de gestión de Recursos Humanos. Prácticamente trabajamos exclusivamente con SAP y SuccessFactors, aunque no descartamos analizar otras soluciones en el futuro.

El mundo de los recursos humanos es muy amplio, pero podemos dividirlo en dos grandes grupos: la Administración de Personal y la Gestión de Personal, hoy llamada Gestión de Talento.

La parte de proyectos que tienen que ver con nuevas implantaciones y soporte a sistemas de Administración de Personal, es nuestro negocio más tradicional. La compañía dispone desde 2004 de un Departamento de Soporte que actualmente da servicio a más de 40 empresas sólo en España.

Hoy por hoy, los proyectos de Talento son la línea de negocio en la que más estamos creciendo. Es algo que no nos ha sorprendido, ya que es una realidad que el Talento se ha convertido en un área estratégica para muchas empresas, y estamos convencidos de que esta línea va ganando cada vez más peso e importancia.

## ¿Cómo articulan su oferta desde una perspectiva Comercial?

Cada país cuenta con su propio Departamento Comercial, pero es cierto que se trabaja de forma muy coordinada. Las áreas de Marketing de España, Bélgica y México trabajan de forma conjunta en varias campañas para aprovechar sinergias y, sobre todo, dar pie a que surjan nuevas ideas.

La estructura es muy sencilla y es la misma para todos los países, nos organizamos de forma muy parecida a como lo hace SAP. El área de gran empresa (LE) se gestiona por comerciales especializados que tienen cuentas nominadas y nos dirigimos a las empresas más pequeñas (GB) a través de otro equipo comercial en coordinación con el Departamento de Telemarketing.

Y, por supuesto, no hay que olvidar la referencia activa, el “boca a boca” sigue siendo nuestra mejor fuente de nuevos clientes.

## Han realizado una gran apuesta por SAP SuccessFactors...

SAP SuccessFactors es un producto norteamericano centrado en la Gestión de Talento, cuando fue adquirido por SAP en 2011, ya aparecía como el mejor producto en esta categoría en los cuadros de los principales analistas.

La herramienta es una plataforma integrada de todos los procesos de Talento (Formación, Selección, Evaluación de Competencias/Desempeño, Evaluación de Objetivos, Sucesiones, Planes de Desarrollo, herramientas de Social Learning, etc), y se integra muy bien con cualquier solución de nómina y, por supuesto, con SAP.

Además, al ser una solución On-Demand, el cliente paga por el uso del mismo, pero en ese coste está incluido todo: soporte, nuevas actualizaciones y todo el mantenimiento de la plataforma hardware.

## Al ser una herramienta Cloud, ¿despierta inquietudes entre los clientes por la seguridad de los datos en la nube?

Compañías como la NASA en EE.UU. y Correos en España, o instituciones tan preocupadas por la seguridad como el ejército israelí, trabajan con SAP SuccessFactors. La plataforma dispone de los mejores sistemas de seguridad y amplia documentación para tranquilizar a los más recelosos.

Es cierto que tener los datos en “una nube” puede dar cierto respeto al principio, pero la realidad es que es muy probable que sea el sitio más seguro en el que podamos tenerlos.

## En su opinión, ¿en qué tipo de empresas encaja mejor la solución?

Realmente en todas, tenemos clientes con plantillas que van desde 100 a 53.000 empleados. Sin lugar a dudas, las empresas son las personas y, si queremos motivar, retener y atraer a los mejores profesionales, tenemos que aplicar políticas de Gestión de Talento. SAP SuccessFactors es una excelente plataforma para soportar esos procesos.

### **Una de las promesas de SAP SuccessFactors es que ayuda a las organizaciones a conseguir que las personas aporten más valor. ¿Cómo?**

Para las personas que forman parte de una empresa, este tipo de soluciones suponen una auténtica revolución. En primer lugar hay que considerar que la plataforma fue concebida como una herramienta de balanced scorecard. Por tanto, cada empleado podrá visualizar, de forma gráfica y sencilla, cómo se alinean sus objetivos con los de sus compañeros, con los de sus responsables y con los de la empresa. En definitiva, podrá ver cómo contribuye a un objetivo común que beneficia a todo el colectivo, a través de los suyos individuales.

La compañía pasa a ser un ente abierto. Por ejemplo, cada empleado podrá visualizar que cursos de formación están a su disposición y acceder a ellos, definir su plan de carrera, acceder a datos personales o profesionales. Todo ello de forma inmediata desde cualquier dispositivo móvil y en cualquier momento.

Es difícilmente concebible que una persona que gestiona sus datos bancarios, sus viajes e incluso sus entradas de cine desde un navegador, no pueda interactuar de la misma forma en la comunidad que constituye su empresa.



### **¿Cómo cambia o mejora la labor de RR.HH.?**

Cuando se abordan proyectos de Administración de personal se consigue una mejora extraordinaria en la automatización de los procesos de negocio. El departamento de Recursos Humanos se descarga de trabajo de poco valor añadido y se puede centrar en aspectos más estratégicos para la organización.

En cambio, cuando se emprenden iniciativas que tienen que ver con el Talento, se trata de transformar estrategias de negocio en resultados de negocio; estamos hablando de una verdadera revolución. El Departamento de Recursos Humanos pasa a ser un socio estratégico, y a estar involucrado en los objetivos de la compañía de forma real y medible.

### **¿Qué destacaría de su implantación?**

Ésta es realmente la gran revolución: no estamos hablando de grandes proyectos que requieran de enormes inversiones y plazos irrealizables, sino de proyectos cortos con resultados a corto plazo.

En Integra siempre proponemos a nuestros clientes empezar activando las funcionalidades que perciban como más urgentes, planificando la activación de las siguientes en base a sus necesidades.

La gestión del cambio con SAP SuccessFactors es muy sencilla, ya que el producto es tremendamente intuitivo y se parece mucho a la mayoría de aplicaciones que utilizamos de forma rutinaria en nuestra vida privada. En este sentido, es una herramienta muy alineada con la experiencia del usuario. Si hemos aprendido a usar Facebook, LinkedIn o WhatsApp, SAP SuccessFactors no tiene secretos para el usuario.

### **¿Y cómo se integra con otras aplicaciones/herramientas ya existentes en la empresa?**

Esta solución nació como una plataforma que debía convivir con los sistemas de Administración de Personal y Cálculo de nómina. Esto era algo imprescindible y lo cierto es que es un producto muy abierto. Sin entrar en muchos tecnicismos, es compatible con Web Services y con ficheros Excel o CSV.

En lo que es la pura integración con SAP, además de la opción de Web Services tenemos otras más específicas como SAP HANA o SAP PI. Nosotros hemos trabajado con todas ellas y la verdad es que funcionan muy bien.

### **¿Y qué aporta Integra a las empresas que son clientes de esta plataforma?**

Nosotros participamos en el proyecto, desde la definición del proceso de negocio hasta su implementación en una plataforma concreta.

Cada cliente es especial y único, y nuestra misión es entender su singularidad para aportar nuestra experiencia en la aplicación de las mejores prácticas del mercado a su caso concreto.

### **¿Qué feedback están recibiendo de ellas?**

Los proyectos de Nómina no tienen tanta repercusión dentro de las organizaciones como las iniciativas de Talento, lo cual es a veces un poco injusto para los departamentos de Administración de Personal, pero lo cierto es que el feedback es muy bueno.

La repercusión de los proyectos de Talento o Retribución Flexibles es excelente, porque tienen mucha visibilidad y una gran acogida. El empleado siente realmente que la empresa está haciendo algo por y para él.

## **Integra, de un vistazo**

Integra nace en Madrid en 2003 con el objetivo de crear una empresa de expertos en implantación de soluciones de gestión de Recursos Humanos. “Los comienzos son los de una empresa de emprendedores, empezamos de cero con la energía e ilusión de desarrollar un proyecto común en el que creíamos firmemente”, explica Ignacio San Luis.

La firma abrió oficinas en Barcelona, Sevilla y Málaga entre 2003 y 2005, con el objetivo de poder ofrecer sus servicios de forma más próxima en todo el territorio nacional, y en 2008 inició su expansión internacional abriendo oficina en Bruselas, desde la

que se gestionan proyectos tanto en Bélgica como en Francia y en los países Nórdicos.

Es en 2013 cuando se produce un salto más grande, y abre oficina en México, desde donde se llevan a cabo no sólo proyectos en ese país, sino también en América Central y Estados Unidos.

Hoy en día Integra es una pequeña multinacional que puede ejecutar y coordinar equipos y proyectos multi-país. “Desde 2003 han cambiado muchas cosas, pero hemos mantenido lo esencial: la ilusión y la búsqueda de la excelencia en la implantación de soluciones de gestión de Recursos Humanos”, concluye.

José Manuel Nieto, COO de Techedge España

# “Aportamos un gran nivel de innovación a las empresas con las que trabajamos, a través del uso de la alta tecnología”



A punto de entrar en 2017, repasamos de la mano de José Manuel Nieto, Director de Operaciones de Techedge cómo han sido los últimos doce meses para la consultora, que ya tiene presencia en quince países. El directivo nos habla también, entre otros muchos temas, de sus objetivos estratégicos, su evolución en el mercado y sus grandes apuestas tecnológicas dentro del mercado SAP.

### **Quedan pocos días para que termine el año. Cuéntenos cómo ha sido 2016 para Techedge.**

El año ha sido positivo ya que estamos creciendo al ritmo del 20% año sobre año, y nuestra plantilla ha crecido en torno al 30%.

No obstante, 2016 ha estado marcado claramente por la falta de Gobierno y eso se ha plasmado en que las empresas tenían ciertas reticencias a la hora de gastar sus presupuestos por la incertidumbre política. Ahora veremos si la formación de Gobierno satisface al mercado empresarial y en 2017 vuelve a repuntar. Desde luego, dinero hay y la tecnología ofrece cada vez más una ventaja competitiva mayor para nuestros clientes.

### **¿Cuáles están siendo los ejes de su estrategia en el mercado?**

Nuestra estrategia se basa en tener una cobertura cada más global, tanto desde el punto de vista funcional como geográfico, para dar respuesta a las necesidades de nuestros clientes. Y, en paralelo, queremos seguir siendo un partner especializado que nos permita mantener un claro elemento que nos diferencia: la calidad en la entrega.

### **¿Es complicado crecer en cobertura funcional y geográfica, sin perder foco en la especialización?**

Intentamos ofrecer al cliente lo mejor de ambos mundos. No es sencillo porque implica un gran gasto en formación para seguir siendo un especialista en producto y estar a la última en tecnología SAP y otras colaterales que los clientes demandan. Esto lo conseguimos y sus valoraciones son muy buenas.

Además, el mercado SAP se caracteriza por una alta demanda de profesionales y esto nos obliga a tener una política de RR.HH. muy orientada a conseguir atraer y retener el talento.

A esto se suma también que en España llevamos quince años sin una subida de las tarifas de consultoría y se da la paradoja de que las nuevas generaciones están mejor formadas, saben idiomas y, cuando se van fuera, se sienten más respetadas. Los rivales a la hora de retener a los profesionales ya no son nuestros competidores naturales, sino mercados como Estados Unidos, Francia, Reino Unido o Asia.

### **Recientemente la compañía ha creado Techedge Digital Startups, ¿qué aporta esta iniciativa empresarial y cuáles son sus objetivos?**

El objetivo de esta empresa es bonito y ambicioso. Hemos conseguido unos crecimientos altísimos incluso durante la crisis y, analizando internamente la razón, llegamos a la conclusión de que es porque aportamos un gran nivel de innovación a las empresas con las que trabajamos, a través del uso de la tecnología.

Con Techedge Digital Startups queremos ir incluso más allá, crear ideas absolutamente disruptivas que den valor a los modelos de negocio de nuestros clientes. Se trata de colaborar con startups con ideas innovadoras y aplicarlas a negocio para conseguir un valor diferencial en la oferta empresarial.

### **Cuéntenos el tipo de iniciativas por las que van a apostar con Techedge Digital Startups.**

Por ejemplo, una startup israelí ha desarrollado una tinta magnética que permite hacer un tatuaje capaz de emitir una señal magnética. Esa tecnología se puede unir a un producto bancario, de forma que si un cliente lo contrata, se puede tatuar en forma de pulsera a sus mayores y controlar su movimiento a través de una aplicación móvil.

En definitiva, se trata de unir a gente que tiene ideas con gente que tiene dinero para implantarlas, y que ambas puedan obtener un beneficio.

Las empresas estadounidenses ya han visto el potencial de trabajar así porque se necesita otra forma de pensar y hacer las cosas para generar e incorporar innovación a las compañías, y hoy Israel es el segundo país con más empresas en el Nasdaq, convirtiéndose en el departamento de I+D de Estados Unidos.

Eso es lo que queremos hacer con Techedge Digital Startups. En España y Portugal hay una gran cantidad de ideas y, de hecho, estamos haciendo las primeras pruebas de concepto y alcanzando resultados muy curiosos, por ejemplo, en el sector Retail.

"El año ha sido positivo ya que estamos creciendo al ritmo del 20% año sobre año, y nuestra plantilla ha crecido en torno al 30%"

### **Son uno de los grandes socios tecnológicos de SAP, ¿de su amplio portfolio de tecnología, en cuáles están poniendo ustedes más foco?**

SAP ha hecho un ejercicio de reducir su lista de producto, desde 14.000 a 4.000, pero aun así son muchos. Respeto muchísimo a SAP y creo que lo que hacen tiene un sentido y está basado en un plan, y todo lo que sacan al mercado es porque lo han estudiado claramente, y así lo demuestra su historia y su éxito. Por tanto, todos los productos que tienen, son válidos pero es imposible dedicarse a todos.

Estamos centrándonos muchísimo en el área de Customer Engagement, agrupada en torno a las soluciones SAP

Hybris, con productos como CRM o Cloud for Sales, y también en las soluciones que tienen que ver con Cloud y mover funcionalidad a la nube, con soluciones como SAP SuccessFactors y otras como las de BO, línea en la que estamos viendo herramientas de análisis muy potentes.

Y, por supuesto, también apostamos por SAP HANA y SAP S/4HANA, área en la que hemos creado S/4 Dream Team, un equipo especializado en llevar a cabo migraciones a S/4. Creemos que suponen un salto tecnológico enorme y hemos sido la primera consultora española en conseguir la certificación.

### **¿Está realmente la empresa española destinando esfuerzo, recursos y dinero a la adopción de los nuevos modelos digitales?**

Sin duda, hay una ola tecnológica que viene de fuera y que impacta en los altos niveles de dirección de la empresa española.

Hechos como que en el Top 10 de personas más ricas del mundo, cinco estén vinculadas al mercado del software, que la mayor empresa de Estados Unidos sea una compañía de software, o que GE, que era la compañía más grande del mundo, quiera ser una organización de software, tiene muchísimas connotaciones. Y EE.UU. tiene una gran influencia sobre nosotros.

Esta ola es de tal magnitud que los directivos se ven forzados a formarse en temas de digitalización, y reciben inputs de expertos que les recomiendan que miren cómo se está transformando el mercado y sus competidores, cómo se está evolucionando desde la venta de productos al suministro de servicios, y que se tienen que adaptar o, de lo contrario, se verán superados o desaparecerán.

También las empresas de TI seguimos haciendo nuestro trabajo y estos mensajes van calando. Y, todo esto, junto con el emprendimiento de base tecnológica, está favoreciendo que se empiecen a hacer las cosas de otra manera y que las empresas aborden la transformación digital.

### **¿En qué tipo de soluciones están invirtiendo sus clientes para abordar la transformación digital?**

Sin duda, SAP HANA, SAP S/4HANA, Customer Engagement e Internet de las Cosas. En esta última área empiezan a invertir, sobre todo, las empresas industriales; ya llevaban tiempo haciéndolo pero ahora la tecnología ha dado una vuelta de tuerca más y abre nuevas posibilidades.

### **¿Y analítica predictiva?**

Pese a que Techedge y otras compañías estamos trabajando en esta área, creo que la empresa española va más por detrás si lo comparamos con los países con los que trabajamos. Los departamentos clientes de SAP en nuestros clientes no son conscientes de la masa de datos que están generando, y de la capacidad de predicción que esos datos les dan.

Estamos en proceso de predicción básico ligado a términos económicos, como la morosidad, el riesgo de transacciones bancarias, el riesgo crediticio, etc. Sin embargo, hay muchas otras áreas con un recorrido larguísimo. Por ejemplo, hoy se puede prever la probabilidad de compra mediante análisis gesticular, y saber en función de su recorrido de un cliente en una tienda, cuánto va a gastar.

En nuestro caso, estamos formándonos en una tecnología basada en Hadoop para almacenamiento masivo de datos para desarrollar un producto atractivo porque creemos que estamos perdiendo mucho dinero y ventaja competitiva como país.

### **¿Cuáles son sus principales objetivos para 2017?**

Nuestra intención es seguir teniendo un crecimiento orgánico del 20% en España y vamos a poner foco en conseguir crecer más en Latinoamérica, donde probablemente creceremos tanto orgánica como inorgánicamente.

Vemos en la región un gran potencial porque el grado de madurez de sus empresas es menor que el de las organizaciones españolas y, además, son países muy grandes con una elevada necesidad de modernización y de recursos.

### **¿Qué le aporta a Techedge su pertenencia a AUSAPE?**

Por una parte, AUSAPE nos ofrece un feedback constante de las necesidades que tienen los clientes, de qué es lo que realmente les preocupa, del grado de cobertura funcional de SAP y, por otra parte, nos permite realizar aportaciones a esa comunidad de clientes. Y, por supuesto, el Fórum nos da mucha visibilidad y nos permite mostrar nuestra oferta.

Lo que no entiendo es por qué no están en AUSAPE todos los clientes de SAP. Es una relación win-win donde el cliente recibe mucho por lo poco que aporta.




---

"Nuestra intención es seguir teniendo un crecimiento orgánico del 20% en España y vamos a poner foco en conseguir crecer más en Latinoamérica, donde probablemente creceremos tanto orgánica como inorgánicamente"

---

A LA HORA DE EXIGIR EL REGISTRO DE LAS HORAS REALES TRABAJADAS POR LOS EMPLEADOS,

# Las inspecciones de trabajo son cada vez más rígidas.

Ofrecemos una herramienta web sencilla e intuitiva para registrar fácilmente las horas de entrada y salida de todos los empleados

- 1 Cada empleado accede a la herramienta para registrar sus horas de entrada y salida.
- 2 Posibilidad de desarrollo para aplicaciones móviles.
- 3 Se puede generar un comprobante de tiempos de forma manual o activar el envío automático por email.

3

|          |         | 03 Oct | 04 Oct | 05 Oct | 06 Oct |
|----------|---------|--------|--------|--------|--------|
| FICHAJES | ENTRADA | 08:24  | 08:31  | 08:15  | 08:15  |
|          | SALIDA  | 17:36  | 17:50  | 17:25  | 17:30  |
|          | HORAS   | 8,20   | 8,34   | 8,16   | 8,15   |
| TEÓRICO  | ENTRADA | 08:30  | 08:30  | 08:30  | 08:30  |
|          | SALIDA  | 17:30  | 17:30  | 17:30  | 17:30  |
|          | HORAS   | 8      | 8      | 8      | 8      |

2

### Control de presencia

1



**NOMBRE DEL EMPLEADO**  
Castillo Sanchez, Juan

**SOCIEDAD**  
Integra

**DIV. PERSONAL**  
Division de personal Madrid

**SUBD. PERSONAL**  
Subdiv. Madrid

| FECHA      | HORA     | CL. HECHO TEMP. | ID. TERMINAL |
|------------|----------|-----------------|--------------|
| 10/10/2016 | 11:24:24 | ENTRADA         | VIRT         |
| 10/10/2016 | 19:20:11 | SALIDA          | VIRT         |
| 11/10/2016 | 11:20:45 | ENTRADA         | VIRT         |
| 11/10/2016 | 19:31:22 | SALIDA          | VIRT         |

MARCAR ENTRADA

MARCAR SALIDA

**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

**integra**

Sven Lindemann, CEO en Hanse Orga / CEO at Hanse Orga

# “Tener representación en España es una piedra angular en nuestra estrategia de internacionalización”

*“Being represented in Spain is definitely a corner stone of our internationalization strategy”*

Hanse Orga inauguró su oficina española en 2016, iniciativa que es piedra angular de su estrategia de internacionalización. Su CEO mundial nos habla de su estrategia, su oferta de soluciones y la evolución de la compañía en sus primeros meses en España.

*Hanse Orga opened its Spanish office in 2016, an initiative that is a corner stone of its internationalization strategy. Its worldwide CEO talks to us about its strategy, its solution offering and the evolution of the company in its first months in Spain.*

## **¿Por qué ha decidido la compañía invertir en el mercado SAP español?**

Estuvimos valorando esta posibilidad un tiempo, ya que consideramos que España es un lugar estupendo para ayudar a nuestros clientes a lograr la excelencia en los procesos financieros y de gestión financiera con SAP. El resultado de nuestra investigación fue la formalización de un contrato con una consultora local de gestión de tesorería con SAP y su CEO para establecer una filial de Hanse Orga en Madrid. De este modo, trabajaremos más estrechamente con los directores financieros y tesoreros de nuestros clientes SAP objetivo y podremos ofrecerles nuestras soluciones financieras y nuestros servicios profesionales exclusivos. La verdad es que la opinión de la comunidad financiera española no puede ser mejor.

## **Why did the company make the decision to invest in the Spanish SAP-based market?**

*We have been thinking about this possibility for a while, since we consider Spain a great place to help our customers to achieve excellence in SAP Treasury and Finance processes. As a result of our research, we entered into an agreement with a local SAP Treasury consultancy and its CEO to establish a Hanse Orga subsidiary in Madrid. This way, we will be closer to CFOs and treasurers at our target SAP customers and be able to offer our unique finance solutions and professional services. Feedback from the Spanish financial community can't be better, to be honest.*

## **¿Cuáles son los principales objetivos de Hanse Orga como proveedor de soluciones de Tesorería SAP en España?**

En primer lugar, estableceremos unas bases sólidas para conseguir operaciones fuertes como las que tenemos en otros países, por ejemplo, Estados Unidos, Países Bajos y Reino Unido. Sabemos que nuestra oferta es única en términos de funcionalidades completas y potentes para los procesos financieros y de gestión de tesorería basados en SAP. Con nuestras soluciones y nuestros servicios de consultoría, queremos ayudar a los clientes en España a lograr un entorno «Best in Class» de gestión de tesorería con SAP. Nos han acogido muy bien en España y confiamos en que podremos marcar una diferencia real para los clientes españoles.

## **What are the main objectives of Hanse Orga as SAP Treasury provider in Spain?**

*First of all, we will be building solid foundations so that we achieve robust operations just like in our other countries, like the US, the Netherlands and UK for instance. We know that our offering is unique in terms of comprehensive and powerful functionality for SAP-based finance and treasury processes. With our solutions and consulting we want to empower customers in Spain to achieve a “Best in Class” SAP Treasury environment. We have been warmly welcomed in Spain and we trust we will be able to make a real difference to Spanish customers.*

**Hanse Orga has its own offering of SAP-integrated treasury and finance solutions called FS<sup>2</sup>. What do these solutions cover, in which way do they add value to the SAP system**

**Hanse Orga cuenta con su propia oferta de soluciones financieras y de gestión de tesorería con SAP, llamada FS<sup>2</sup>. ¿Qué cubren estas soluciones, cómo añaden valor al sistema SAP y qué las hace destacar frente a otras soluciones del mercado?**

Nuestro enfoque financiero y de tesorería SAP abarca un escenario empresarial de mejores prácticas tanto en términos de plataformas financieras SAP S/4HANA como SAP ECC tradicionales, poniendo al descubierto la riqueza de las soluciones estándar SAP Treasury Business Suite, como Bank Communication Management, Cash Management on HANA, In-House Cash y Treasury and Risk Management. No obstante, y no es menos importante, marcamos la diferencia con nuestra familia de software FS<sup>2</sup> de soluciones financieras y de gestión de tesorería, que cubren todas las carencias que preocupan hoy en día a la mayoría de los directores financieros y tesoreros. Nuestras soluciones son únicas porque ofrecemos soluciones completas en un entorno SAP a escala mundial que ayudan a automatizar lo máximo posible los procesos financieros y mejoran la transparencia y el control de forma significativa.

Cubrimos áreas clave como la gestión de efectivo y liquidez, de tesorería, de pagos, de aplicaciones de efectivo, de cuentas bancarias, el análisis de comisiones bancarias y la gestión del capital circulante. Es decir, cuestiones clave para los directores financieros y tesoreros. Como nuestras soluciones están totalmente integradas en el entorno SAP del cliente, no existen riesgos relativos a carencias en los medios y los clientes se benefician de una mayor seguridad y un procesamiento directo. Por tanto, los clientes obtienen lo mejor de ambos sectores y pueden conseguir el máximo rendimiento de sus inversiones SAP. La integración de FS<sup>2</sup> con la última tecnología de SAP S/4HANA Finance On-Premise Edition acaba de recibir la certificación de SAP, lo que confirma la alta calidad de nuestras soluciones. Creo que a nuestros competidores en TMS, externos a SAP, les preocupará nuestra llegada a España y nos vigilará de cerca.

**Ha mencionado que Hanse Orga no es solo una empresa proveedora de soluciones, sino que también ofrece servicios de consultoría. ¿Cuál es su objetivo y cuál es el valor añadido para los clientes?**

Así es. Para nosotros es importante que el cliente consiga la mejor solución para superar sus desafíos individuales. Como ha señalado, no solo vendemos soluciones ni somos una consultora SAP en general como cualquier otra. Por el contrario, estamos totalmente especializados en finanzas y gestión de tesorería con SAP para ayudar a las empresas a descubrir y utilizar todo el potencial de los sistemas que ya tienen y, si procede, a beneficiarse de las características adicionales de nuestro software FS<sup>2</sup> para conseguir resultados óptimos para sus procesos financieros y de tesorería. Hemos llevado a cabo más de 2.000 proyectos en todo el mundo, por lo que entendemos de verdad las necesidades financieras de nuestros clientes. Hablamos su mismo idioma y, además, solucionamos sus carencias dentro de los sistemas SAP sin necesidad de un TMS externo, que necesitaría también interfaces externas, por no hablar de la falta de integración con el sistema SAP como ERP transaccional fundamental de la empresa. Por esta razón, ofrecemos soluciones



**and what makes them stand out from other solutions on the market?**

*This is a great question. In fact, our global SAP finance and treasury approach covers a best-practice business scenario in terms of both SAP S/4HANA Finance and SAP ECC traditional platforms by uncovering the richness of the standard SAP Treasury Business Suite solutions, such as Bank Communication Management, Cash Management on HANA, In House Cash and Treasury and Risk Management. However, and not less important, we clearly make the difference with our FS<sup>2</sup> software family of finance and treasury solutions that cover all the gaps that most CFOs and treasurers are concerned about nowadays. Our solutions are unique, because we offer complete solutions within an SAP environment on a worldwide scale that help automate financial processes to the highest degree and provide significantly enhanced control and transparency.*

*We cover key areas such as cash and liquidity management, treasury, payments, cash application, bank account management, bank fee analysis, and working capital management – all key concerns of CFOs and treasurers. As our solutions are fully embedded in the customer's SAP landscape, there are no risk-prone media gaps, and customers benefit from higher security and straight-through processing. So, the clients get the best of both worlds and can capitalize on their existing SAP investments. The integration of FS<sup>2</sup> with the latest SAP technology S/4HANA Finance On-Premise Edition has just been certified by SAP thereby confirming the high quality of our solutions. I can image that our TMS competitors external to SAP will be concerned about our coming to Spain and will be watching us closely.*

**You mentioned that Hanse Orga is not just a solution provider, but that you also offer consulting. What is your focus and what is the added value for customers?**

*That's right. For us it is important that the customer gets the best solution for meeting his individual challenges. As you said, we are not just a solution vendor or a general SAP consultancy company like many others. Instead we are fully specialized in SAP Finance and Treasury helping companies to uncover and use the full potential of their existing systems, and, where required and useful, benefit from the additional functionality of our FS<sup>2</sup> software to achieve optimal results for their finance and treasury processes. We have carried*

integrales con las que las empresas pueden operar sus negocios con una tecnología financiera avanzada e integrada en SAP, que las prepara para el futuro.

### **¿Tienen planeado expandirse a otros países? ¿Y a Latinoamérica?**

Tener una filial española, Hanse Orga España, es muy importante para nosotros, porque ahora estamos en el lugar adecuado para ayudar a muchos clientes españoles con nuestra experiencia y nuestras soluciones SAP financieras. Sin lugar a dudas, tener representación en España es una piedra angular en nuestra estrategia de internacionalización. Queremos crecer más en el futuro tanto en lo que respecta a nuestra cartera de productos como geográficamente.

Tenemos planes ambiciosos para 2020 y, si valoramos aspectos como la cultura, las tradiciones o el idioma, España será una ubicación perfecta para llegar a Latinoamérica y apoyar nuestra estrategia general de internacionalización. Kevin Grant se unió a nuestro equipo ejecutivo en junio de 2015 para liderar esta iniciativa y se encarga a diario de nuestras operaciones empresariales fuera de la región DACH (Alemania, Austria y Suiza). Ya contamos en la actualidad con varios clientes y algunos potenciales en Latinoamérica y, como queremos estar cerca de los clientes para ofrecerles un servicio óptimo, establecer filiales también en Sudamérica será el siguiente paso lógico.

### **¿Está recibiendo un buen feedback por parte de las empresas españolas?**

Debo decir que el recibimiento que nos ha dado España ha sido increíble. En los últimos meses, hemos hablado con algunos de los principales actores y con medianas empresas en distintas conferencias y el feedback que hemos recibido, muestra que en España hay un enorme potencial para que las empresas desarrollen su tecnología financiera y de gestión de tesorería con SAP y consigan niveles de eficiencia sin precedentes con el planteamiento adecuado. De hecho, la respuesta ha sido tan positiva que ya hemos firmado algunos contratos muy prometedores. Y esto es sólo el principio... Por eso, somos muy optimistas en cuanto al futuro de Hanse Orga en España.

### **Ahora todo el mundo habla de S/4HANA Finance y de su influencia en entornos de finanzas SAP “best in class”. ¿Tiene experiencia la compañía en la implantación del nuevo SAP Treasury Business Suite, incluyendo Cash Management powered by HANA?**

Sí. De hecho, somos una de las primeras consultoras de SAP Treasury que ha implantado con éxito S/4 HANA Finance Treasury Workstation, incluyendo SAP Cash Management powered by HANA, para uno de nuestros clientes en Canadá. Tras un profundo análisis, desplegamos en el proyecto un modelo “side-car” para que la empresa pudiera seguir usando su entorno SAP ECC con los módulos tradicionales instalados (FI, CO, SD, MM, HR...) y, al mismo tiempo, opera Treasury Workstation on HANA “Best in Class” con la posibilidad de migrar el resto de módulos a HANA en una fase posterior. Al cliente le ha funcionado muy bien este planteamiento.

### **¿Cuál es la relación y colaboración de Hanse Orga con SAP España?**

Es muy importante para nosotros mantener una buena relación con SAP España y estar alineados lo máximo posible con respecto a nuestras estrategias y nuestra forma de ayudar a los. De hecho, estamos dando apoyo a SAP España para promover soluciones de SAP o

out well over 2,000 projects worldwide, so we truly understand the financial needs of our customers. We speak the same language as they do, and what is more important, we solve their gaps within their SAP system with no need to go for an external TMS which would require external interfaces, not to mention the lack of the integration with the SAP system as a core transactional ERP of the company. That's why we do offer an “End to End” solution approach whereby companies may run businesses in a seamless, advanced, and SAP-integrated financial technology making them ready for the future.

### **Do you plan to expand also to other countries? How about LATAM?**

Having a Spanish subsidiary, Hanse Orga Spain, is very important to us, because now we are in the right location to help many Spanish customers with our finance SAP solutions and expertise. Being represented in Spain is definitely a corner stone of our internationalization strategy. We intend to grow further in the future, in terms of our product portfolio as well as geographically.

We have ambitious plans for 2020, and considering aspects like culture, traditions or language, Spain will be a perfect location for reaching out to LATAM and supporting our general internationalization strategy. Kevin Grant joined our executive Board in June 2015 to lead this initiative and he takes day-to-day responsibility for our business operations outside of the DACH region. Already today, we have some client companies and some potentials in LATAM and, as we want to be close to customers to offer them optimal services, establishing subsidiaries also in Southern America will be a logical next step.

### **Are Spanish companies giving you good feedback?**

I have to say that our welcome to Spain has been tremendous. We have been talking to some big players as well as medium-sized companies at several conferences over the last few months and the feedback we have received shows us that in Spain there is a huge potential for companies to build on their existing SAP Finance and Treasury technology and to achieve unparalleled levels of efficiency with the right approach. The response has been so positive, in fact, that we have already signed a number of very promising contracts. And this is just the beginning... We are thus very optimistic for the future of Hanse Orga Spain.

### **Now everyone talks about S/4HANA Finance and its influence on SAP finance “best in class” scenarios. Have you had any experience on implementing this new SAP Treasury Business Suite including Cash Management powered by HANA?**

Yes. In fact we are one of the very first SAP Treasury consultancies to successfully implement an S/4HANA Finance Treasury workstation, including SAP Cash Management powered by HANA for one of our customers in Canada. After thorough analysis, a side-car model was deployed in the project so that the company can continue using its current SAP ECC environment with traditional modules in place (FI, CO, SD, MM, HR...) while at the same time run a “Best in Class” Treasury WorkStation on HANA with the possibility of migrating all other modules to HANA at a later stage. This approach has worked extremely well for the customer.

### **What is Hanse Orga's relation and partnership with SAP Spain?**

It is very important for us to keep an excellent relationship with SAP Spain and to be as much aligned as possible concerning our

basadas en SAP como el TMS perfecto para las empresas. Creemos que las posibilidades de las soluciones SAP o integradas con SAP para la gestión de la tesorería probablemente se han subestimado en el pasado. Estas soluciones no sólo ofrecen un repositorio central de toda la información relevante de tesorería, sino también funcionalidades potentes y modernas para una gestión integrada de la tesorería, especialmente con la nueva tecnología y más rápida de SAP HANA y la interfaz de usuario moderna e intuitiva de las apps Fiori. Nuestras soluciones FS<sup>2</sup> también son únicas porque ofrecen aplicaciones Fiori e reporting de BI que no solo se basan en SAP S/4HANA Finance, sino que además se combinan con el sistema anterior, SAP ECC.

**Por último, ¿qué beneficios cree que puede reportarles AUSAPE como parte del desarrollo de Hanse Orga en España y con nuestros miles de seguidores de SAP en Latinoamérica?**

Valoramos la labor de AUSAPE para los usuarios de SAP en España. Para nosotros, se trata de una alianza clave porque su Asociación ayuda a incrementar la visibilidad entre los clientes en España de lo que es bueno e importante para sus procesos financieros y de gestión de tesorería con SAP. Su prestigioso evento anual es obligatorio para todos los que trabajan con SAP en España y ya es una fecha fija en nuestro calendario, igual que los seminarios web, talleres SAP, revistas y otros eventos relevantes para el cliente. Esperamos dar los primeros pasos para establecer una cooperación duradera y beneficiosa con AUSAPE para que nuestros clientes alcancen la excelencia con respecto a las finanzas y la gestión de tesorería SAP.

*strategies and our way of helping customers. In fact, we are supporting SAP Spain to promote SAP or SAP-based solutions as the ideal TMS for companies. We believe that the possibilities of SAP and SAP-integrated solutions for treasury management have probably been underestimated in the past, although they offer not only the central repository of all treasury relevant data, but also provide modern and powerful functionalities for an integrated treasury management. Especially with the new and faster technology of SAP HANA and the modern and intuitive user interface of Fiori apps. Our FS<sup>2</sup> solutions are also unique in that they offer Fiori apps and BI reporting not only based on SAP S/4HANA Finance but also in combination with the previous SAP ECC system.*

**To conclude, which benefits do you think AUSAPE can bring you to be part of Hanse Orga growing in Spain and in our thousands of SAP followers in LATAM?**

*We really appreciate what AUSAPE does for SAP users in Spain and we see AUSAPE as a key alliance for us as your association helps increase visibility amongst Spanish customers of what is good and important for their SAP finance and treasury processes. Your prestigious annual event is mandatory for everyone in Spain working with SAP, and it is already a fixed date in our calendar, just like webinars, SAP workshops, magazines and other events that will be relevant to the customer. We look forward building on our first steps to build a lasting and beneficial cooperation with AUSAPE so that our customers may be "Best In Class" with regards to the SAP finance and treasury suite.*

## Hanse Orga, de un vistazo

Hanse Orga, como empresa especializada en finanzas y gestión de tesorería con SAP, cuenta con una larga trayectoria en el desarrollo de soluciones de software innovadoras y de valor añadido, así como en servicios de consultoría especializada desde 1984. Los últimos años se ha centrado en el desarrollo y la mejora de sus soluciones FS<sup>2</sup> integradas en SAP, así como en la expansión de su negocio en diferentes mercados SAP clave en todo el mundo. Hoy es uno de los actores más importantes en el sector de las soluciones financieras y de gestión de tesorería. Más de 1.300 clientes en todo el mundo, incluidas varias empresas del Fortune 500, confían en sus potentes soluciones. En el futuro, espera expandirse a nivel internacional y ampliar el alcance de sus productos para convertirse en un proveedor de servicios completos. Su objetivo es ofrecer soluciones en toda la cadena de suministros financieros que cubran todos los aspectos de los procesos financieros y de gestión de tesorería para las empresas. Por este motivo, acaba de formalizar una colaboración con un inversor y el primer paso ha sido adquirir una empresa especializada en ofrecer soluciones de gestión de cuentas por cobrar integradas en SAP. "Nos encontramos en un momento fascinante para nosotros y nuestros clientes", explica su CEO.

## Hanse Orga, at a glance

*Hanse Orga, as a specialized SAP Finance and Treasury company, has a long track record of developing innovative and value adding software solutions and providing specialized consulting since 1984. Over the last years it has been focusing on developing and enhancing its proven SAP-integrated FS<sup>2</sup> solutions as well as expanding its business in several key SAP markets worldwide. Today, it is a major player in the area of treasury and finance solutions and over 1,300 customers worldwide, including several Fortune 500 companies, rely on its powerful solutions. For the future, it plans to expand internationally as well as its product scope to become a full service provider offering solutions along the entire financial supply chain covering all aspects of finance and treasury processes for corporates. To this end, it has just entered a partnership with an investor and as a first step has acquired a specialist company for SAP-integrated receivables management solutions. "This is an exciting time for us and our customers", its CEO explains.*



Tel: +34 (0)810 522 502  
www.hanseorga.es

**SVEN LINDEMANN**  
CEO, Hanse Orga Group  
s.lindemann@hanseorga.com

**ALBERTO RENEDO**  
Managing Director, Hanse Orga Spain  
a.renedo@hanseorga.es

**HÉCTOR CALVA**

Presidente de / *Chairman of* ASUG México  
 CIO de / *of* Coca-Cola FEMSA



# “ASUG México ofrece contenido y experiencias”

## “ASUG Mexico provides content and experiences”

ASUG México se creó en 2000 y se relanzó en 2015. Un año después de haber relanzado el Grupo de Usuarios, tiene ya nueve Grupos de Interés (SIGs) y su objetivo es crecer tanto en ésta como en otras áreas. “Hemos aprendido las lecciones del pasado y buscamos mantener una actividad constante, escuchar a nuestros asociados e ir entregando de forma práctica y ágil la información que es de valor tanto para los usuarios finales, como para los mandos medios y los niveles ejecutivos”, nos cuenta su Presidente, Héctor Calva.

### ¿Cuándo se creó el Grupo de Usuarios de SAP en México?

El primer Grupo de Usuarios de SAP en México fue fundado en el año 2000, y desde entonces la interacción entre las empresas que utilizan soluciones SAP en nuestro país ha tenido diversas etapas.

Al inicio de 2015, por iniciativa de varias empresas entre las que se encontraba la propia SAP, se retomó la idea de reunir al ecosistema en México, con el enfoque de maximizar el valor de las soluciones SAP en el mercado mexicano.

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

Un año después de haber relanzado ASUG México, hemos logrado sumar a la Asociación empresas de diversas industrias, tamaños y sectores.

Actualmente contamos con nueve Grupos de Interés (SIGs), en los que interactúan más de 250 empresas, tanto líderes loca-

*ASUG Mexico was founded in 2000 and re-launched in 2015. A year after the re-launch of the User Group, it has already seven Interest Groups (SIGs) and its objective is to grow both in this and other areas. “We have learned the lessons of the past and seek to maintain constant activity, listening to our partners and gradually providing information, practically and swiftly, that is of value to both end users and middle management and executive levels”, tells us Hector Calva, its Chairman.*

### When was founded the SAP Users’ Group in Mexico?

*The first SAP Users’ Group was founded in Mexico in 2000, and since then the interaction between companies using SAP solutions in our country has had different stages.*

*At the beginning of 2015, on the initiative of several local companies, including SAP itself, the idea of joining it to the ecosystem in Mexico was taken up, with a focus on maximizing the value of SAP solutions in the Mexican market.*

### How has the number of members evolved since its foundation?

*A year after the re-launch of ASUG Mexico we managed to add companies from various industries, sizes and sectors to the Association.*

*We currently have nine special Interest Groups (SIGs), where more than 250 companies interact, both local and global leaders and SMEs. Each SIG in turn has a floating community of 50 to 100*

les como globales y pymes. Cada SIG, a su vez, tiene una comunidad flotante de entre 50 a 100 usuarios; para el cierre del año 2016 tendremos un total de diez SIGs, y el objetivo para el año 2017 es abrir al menos tres más.

La base de contactos propia de ASUG México es de más de 2.000 usuarios. Contamos con tres categorías de miembros: Socios Activos, Socios invitados por un partner y prospectos en proceso (membresías temporales).

### ¿Cuál es el perfil de las empresas que pertenecen a ASUG México?

Como comentaba, afortunadamente contamos con empresas de varios sectores, industrias y tamaños. En esta diversidad también se encuentran desde empresas con mucha madurez en el uso de las soluciones SAP, como empresas que recién están implementando su primera solución. Lo que hace más rica la experiencia.

Contamos también con la valiosa participación de SAP México y de algunos de sus partners, porque decidimos incluir como asociados a empresas de servicios y herramientas complementarias de las soluciones de SAP, con la finalidad de contar con todos los integrantes del ecosistema en nuestro país.

Las empresas con las que interactuamos pertenecen a industrias como Retail, Oil & Gas, Telecomunicaciones, Minería, Extracción, Bienes de consumo, Bebidas, Sanidad, Hoteles o Electrodomésticos, principalmente del sector privado. Son mayoritariamente empresas líderes locales, regionales y globales, así como pymes.

### Desde su punto de vista, ¿cuál es el valor que el Grupo de Usuarios ofrece a sus miembros?

Principalmente facilitamos que cada uno de nuestros socios encuentre el espacio, las herramientas y el apoyo para compartir experiencias, mejores prácticas e ideas para optimizar el uso de las soluciones SAP, obteniendo así valor adicional de la inversión realizada, no sólo financieramente, sino la inversión de tiempo, energía y recursos humanos que se requiere para implementar y adoptar en el día a día las nuevas funcionalidades.

Y todo esto desde el enfoque local mexicano, pero con recursos y experiencias tanto locales como regionales y globales.

### ¿Cuáles son los puntos fuertes de su Asociación?

Hemos aprendido las lecciones del pasado. En esta nueva etapa de la Asociación, definimos una estructura ejecutiva y administrativa mixta. Contamos con una Directora General (M<sup>a</sup>. Elena Gutiérrez) y una Coordinadora (Lourdes Sánchez) que dedican 100% de su tiempo a asegurar la continuidad, fluidez y valor de las actividades y contamos con roles de carácter voluntario, como el mío propio y el del Tesorero (Ricardo Rendón). En equipo buscamos mantener una actividad constante, escuchar a nuestros asociados e ir entregando de forma práctica y ágil la información que es de valor tanto para los usuarios finales, como para los mandos medios y los niveles ejecutivos.

Hemos buscado equilibrar dentro de los temas que tocamos y analizamos, tanto aspectos estratégicos y de innovación, como aspectos operativos y "commodities".

Otro punto importante es ofrecer contenido especialmente enfocado en el mercado mexicano, ya que nuestros socios reciben constantemente información de SAP, la cual no necesariamente se adapta a la realidad de nuestro país. ASUG México ofrece contenido



users; by the end of 2016 we will have a total of ten SIGs, and the target for 2017 is to open at least three more.

ASUG Mexico's own contact base is +2,000 users. We have three categories of members: Active Partners, Partners invited by a partner and partner prospects (temporary members).

### What is the profile of the companies?

As I mentioned, we are fortunate to have companies from various sectors, industries and sizes.

This diversity also includes companies with great maturity in the use of SAP solutions, as well as companies that have recently implemented their first solution. Something that makes the experience richer.

We also have the valuable participation of SAP Mexico and some of its partners because we decided to include companies related to services and complementary tools in SAP solutions as partners, with the aim of having all the members of the ecosystem in our country.

Companies with which we interact belong to industries such as retail, oil & gas, telecommunications, mining, extraction, consumer goods, beverages, hospitals, hotels, home appliances, mainly from the private sector. They are mainly local, regional and global companies as well as SMEs.

### From your perspective, what is the value that the User Group offers its members?

Mainly making it easier for each of our partners to find the space, tools and support to share experiences, best practices and ideas to optimize the use of SAP solutions, thus obtaining added value for the investment, not only financially, but investment in time, energy and the human resources required to implement and adopt new features in day-to-day activities.

And all this from the local Mexican approach, but with local resources and experiences as well as regional and global ones.

### What are the strengths of the Mexican Association?

We have learned the lessons of the past and seek to maintain constant activity, listening to our partners and gradually providing information, practically and swiftly, that is of value to both end users and middle management and executive levels.

We have sought to strike a balance within the subjects we cover and we analyse both strategic and innovative aspects, as well as operational aspects and "commodities".

Another important point is to provide content from the perspective of the Mexican market, as our partners constantly receive

y experiencias. Somos un foro abierto, flexible, amigable en donde las opiniones de todos los actores (usuarios, partners y la propia SAP) son valiosas.

### ¿Cómo es la relación entre ASUG México y SAP?

ASUG México se relanzó conjuntamente con SAP, teniendo como principal sponsor a Rafa Sánchez, actual MD de SAP México.

Existe interacción constante con un modelo de gobierno que abarca a las principales áreas de SAP (comunicaciones, marketing, ventas, servicios, educación).

Sin perder independencia, ASUG México se apoya en los expertos de SAP locales para atender los requerimientos y retos de los asociados. También interactuamos con áreas globales de SAP principalmente para el tema de contenido de seminarios online, y atención de dudas y requerimientos sobre las soluciones adquiridas por SAP.

### ¿Cuáles son vuestros principales objetivos para los próximos dos-tres años?

Dada la historia de la Asociación, un objetivo crucial es institucionalizarla, madurar los procesos que hemos establecido y, por supuesto, crecer en número de asociados, con la meta de integrar al menos al 50% de la base instalada de SAP en nuestro país.

Queremos ser el principal aliado de las empresas en México en su incursión al mundo de la transformación digital, incluyendo la adopción de las nuevas soluciones tanto Cloud como On-premise.

Nuestro objetivo es también llevar nuestros eventos presenciales a las principales ciudades del país, lo que nos permitirá seguir cumpliendo con el objetivo de relacionar a los miembros del ecosistema SAP, es decir, usuarios, expertos de SAP y proveedores de servicios y herramientas, para intercambiar y generar conocimiento, mejores prácticas, historias de éxito y también retos.

Y, además, es importante seguir escuchando a nuestros asociados y mantenernos en proceso de mejora continua con base en su retroalimentación.

### ¿Cuáles son las ventajas que consigue el Grupo por su pertenencia a SUGEN?

Sin duda, podemos aprovechar la misión de SUGEN de ser un canal fuerte por el que la voz de los usuarios internacionales se escuche dentro de SAP, en un diálogo honesto y abierto.

Es también relevante sumar las prioridades estratégicas de los usuarios en México, así como sus preocupaciones y retos, al escenario internacional que representa SUGEN, para trabajar en conjunto en su atención y generar respuestas.

Adicionalmente una ventaja importante es intercambiar ideas y experiencias con Grupos de Usuarios de países con culturas, situaciones políticas/económicas y velocidades de adopción diferentes, que nos enriquezcan y a los que podamos también aportar el valor de nuestras experiencias.



SAP information that is not necessarily suited to the reality of our country. ASUG Mexico provides content and experiences. We are an open, flexible, friendly forum where the views of all stakeholders (users, partners and SAP itself) are valuable.

### What is the relationship like between ASUG Mexico and SAP?

ASUG Mexico was relaunched in conjunction with SAP, its main sponsor being Rafa Sánchez, current MD of SAP Mexico.

There is constant interaction, with a governance model that covers the main areas of SAP (communications, marketing, sales, service, and education).

Without losing independence, ASUG Mexico relies on local SAP experts to meet the requirements and challenges of partners. We also interact with global areas of SAP, mainly for the subject of online seminar content and dealing with doubts and requirements for solutions acquired by SAP.

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

Given the history of the Association, a crucial objective is to institutionalize it, to mature processes we have established and of course, increase the number of partners, with the goal of including at least 50% of the SAP base installed in our country.

We want to be the main ally of companies in Mexico in their entry into the world of digital transformation, including the adoption of new solutions, both Cloud and On-premise ones.

Our objective is also bringing our onsite events to the major cities of the country, allowing us to continue to meet the objective of relating to members of the SAP ecosystem, i.e. users, actual SAP experts, and providers of services and tools to share and generate knowledge, best practices and success stories, as well as challenges.

And, besides, it is important to keep listening to our members and follow a process of continuous improvement based on their feedback.

### What are the advantages of belonging to SUGEN?

Without a doubt, we can take advantage of SUGEN's mission to be a strong channel through which the voice of international users can be heard within SAP, in an honest and open dialogue.

It is also relevant to join the strategic priorities of users in Mexico, as well as their concerns and challenges, to the international stage that SUGEN represents, to work together to serve them and to generate answers.

In addition, a major advantage is to exchange ideas and experiences with user groups from countries with different cultures, political/economic situations and speeds of adoption, ones which enrich us and to whom we can also bring the value of our experiences.

# SAP® Learning Hub

SAP® Learning Hub es nuestra **plataforma de formación** basada en la **nube**.

Tendrás todo el contenido de Cursos de SAP Formación, 24 horas al día, actualizado y con las soluciones más novedosas de SAP. **A tan solo un click.**

The image shows a woman with curly hair smiling while looking at a laptop screen. The screen displays the SAP Learning Hub interface, which is divided into four main sections:

- Contenidos de educación:** This section features a dashboard with various course cards, including 'SAP IT Infrastructure Management 1.0 Learning Map for SAP® CloudSuite', 'SAP Learning - Certifications', and 'Business Intelligence platform 4.1 SAP Access 4.1. Core Boards'.
- Live Access Systems:** This section displays a table of system access information, including columns for system name, version, and access status.
- Learning Rooms Social Learning:** This section shows a 'First Looking Learning Room' for 'SAP Education', featuring a video player and a list of participants.
- Manage Learning:** This section provides a 'Manage Learning Activities' interface, allowing users to track and manage their learning progress.

Más información:

**+34 91 456 36 41**

**education.spain@sap.com**

**training.sap.com**



**SAP Education**  
Essential for Success.

# Las visitas al Centro de Soporte Global SAP de Madrid, protagonistas del último SUGEN F2F Meeting de Walldorf



Los días 28, 29 y 30 de noviembre tuvo lugar la última de las reuniones que mantienen los Grupos de Usuarios de SAP que pertenecen a SUGEN en Walldorf, ciudad donde SAP tiene su sede. Estos encuentros, denominados F2F Meeting, tienen como objetivo fomentar el intercambio de información entre SAP y las distintas Asociaciones y, al mismo tiempo, que los Grupos de Usuarios pongan en común sus iniciativas y proyectos más exitosos a través de sesiones de Best Practices.

A la ciudad alemana viajaron Óscar Soler, vocal de la Junta Directiva responsable de la actividad internacional de AUSAPE, y Rita Veiga, de la Oficina. Nuestros representantes fueron los encargados de presentar el caso de éxito de AUSAPE en la puesta en marcha de las visitas al Centro de Soporte SAP de Madrid, iniciativa conjunta de la Asociación y SAP.

Estas visitas se iniciaron en el último trimestre de 2015 y concluyeron el 8 de noviembre de este año, tras haber participado en ella 88 personas de 80 empresas asociadas diferentes. En total, se han organizado conjuntamente con el equipo de Soporte de SAP diez visitas en este tiempo, con la asistencia limitada a doce profesionales en cada una de ellas para que éstas resultasen más útiles para las compañías participantes en la iniciativa.

El objetivo era conocer en profundidad los servicios de soporte que ofrece SAP desde este centro, que da servicio a los clientes de la compañía en España, Francia, Grecia y Portugal y es segunda alternativa para los Países Escandinavos y Benelux. Así, en un formato de mañana el equipo del Global Support Center (GSC) se realizaron 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.

Además, la ronda no se circunscribió sólo a empresas radicadas en Madrid, sino que AUSAPE la amplió a sus Delegaciones y así organizaciones de Levante, Baleares, Asturias, País Vasco, La Rioja, Cataluña y Aragón pudieron visitar el Centro de Soporte Global, conocer su forma de trabajo y establecer contactos con el equipo de SAP. En este caso, la Asociación sufragó parte de los gastos de viaje de los asistentes, y también la propia SAP colaboró con el catering, minimizando el coste para el Asociado.

Los resultados de las encuestas de satisfacción, cumplimentadas por los asistentes, han sido muy satisfactorios, ya que la puntuación media alcanzada se situó en 4,6 sobre 5. Tras la buena acogida recibida, "la intención de AUSAPE es organizar nuevas

rondas de visitas el año próximo”, explicó Rita Veiga a los participantes en el F2F Meeting.

Por otro lado, ofreció la colaboración de AUSAPE para ayudar a los Grupos de Usuarios de otros países a coordinar posibles rondas de visitas al Centro de Soporte de Madrid.

Aparte de las sesiones de Mejores Prácticas, que tuvieron lugar el primer día, una parte de la agenda estuvo dedicada a asuntos internos de SUGEN relacionados con la dirección estratégica y de futuro de esta Red Ejecutiva de Grupos de Usuarios, así como a la elección del nuevo Presidente del CLT (órgano de dirección), en sustitución de William Khalil, de SUGMENA. Al cierre de esta edición, esta votación no se había producido todavía por lo que informaremos del resultado en el próximo número de la Revista AUSAPE.

Los dos SUGEN F2F Meeting también sirven para facilitar a los distintos Grupos de Usuarios información actualizada sobre productos relevantes en la estrategia de SAP como, por ejemplo, SAP SuccessFactors, SAP S/4HANA o SAP BW/4HANA. Estos temas se han completado en esta ocasión otros más generales como la innovación en productos, escenarios de integración, mantenimiento en SAP, machine learning y datos sobre el roadmap de soluciones.



# Localization Day

14 de diciembre. Madrid

Primer Evento de Localización en España

Regístrese en [www.ausape.es](http://www.ausape.es)

CON LA COLABORACIÓN DE:





# AUSAPE asiste a la Convención USF 2016

Los días 12 y 13 de octubre se celebró la Convención de la Asociación de Usuarios de SAP en Francia que, al igual que Fórum AUSAPE en España, es el principal foro de este Grupo que anualmente reúne al ecosistema SAP. Asistieron en representación de AUSAPE al evento Óscar Soler, Vocal de la Junta Directiva responsable de la Delegación Internacional, y Rita Veiga, Ejecutiva Comercial y de Gestión.

La Convención, que se celebró en la ciudad de Nancy, congregó a 88 partners en el área de exposición, y contó con importantes ponentes, como Nicolas Bouzou, eminente economista francés, fundador y director de la sociedad de análisis económicos Asterès.

El evento del país vecino, al que asistieron más de 1.300 profesionales SAP, dedicó buena parte del tiempo a analizar el im-

pacto de las nuevas tecnologías en la forma en la que operan las empresas. De ahí que gran parte de las ponencias estuvieran dedicadas a temas como Big Data, Inteligencia Artificial y temáticas como la tercera revolución industrial y las soluciones que la hacen posible.

Además, impartieron conferencias importantes emprendedores, que contaron su experiencia, así como referentes del mundo del deporte, como Daniel Costantini, entrenador de la selección francesa de balonmano que fue campeona del mundo, quien recordó la relevancia del trabajo en colaboración para conseguir el éxito.

Fueron dos días de networking e intercambio de conocimiento para los Asociados a USF, desde hace nueve años presidida por Claude Molly-Mitton, Communication Manager de AIFE, organismo vinculado al Ministerio de Finanzas galo.



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**





**Rafael de la Morena**  
Experto Senior de Indra



# SAP BW on HANA en Técnicas Reunidas

Enfrentarse a una migración de SAP BW on HANA, especialmente para una empresa del nivel de Técnicas Reunidas, no es una labor sencilla, a pesar de que la versión en la que la instancia se encontraba en un momento inicial era muy favorable (versión 7.4); adicionalmente, esta migración era la experiencia pionera de SAP HANA en Técnicas Reunidas, y la empresa quería hacer foco sobre esta iniciativa y sobre los procesos de ganancia posteriores para justificar un plan más ambicioso: una conversión global de los sistemas SAP centrales a esta nueva plataforma.

La incorporación de SAP HANA como nueva plataforma de base de datos, junto con la progresiva migración planificada de los servicios de aplicación de una plataforma basada en Windows a una plataforma completamente nueva basada en Linux, suponía un proceso de gestión del cambio que podría comprometer al equipo técnico de Técnicas Reunidas, en especial al equipo de Basis. No obstante, el apoyo, la dedicación y la capacidad de cambio de éstos fue no sólo relevante sino imprescindible para la correcta marcha del proyecto.

Aparentemente, la aproximación clásica de SAP para este tipo de proyectos es un enfoque meramente técnico, con unos pasos muy claros, basándose en la existencia de un entorno nuevo completamente limpio de servidores de aplicaciones y base de datos SAP HANA, y un conjunto de pasos y herramientas por entorno (SWPM, PCA, DMO) y de etapas por entorno (pre-procesamiento, migración técnica y post-procesamiento) definidos y lineales.

En relación al proceso de migración en sí mismo, SAP suele recomendar un proceso lineal, con un único pivote en un entorno de migración, generando *cookbook* y el *cut-over* preliminar, y casi una secuencia lineal de migraciones de Desarrollo, Calidad y Producción en secuencia y en un periodo de tiempo corto.

La realidad es que esta aproximación no siempre es viable porque hay muchas condiciones de contexto que recomiendan un enfoque completamente distinto. El principal factor que determinaba la aproximación es el **dinamismo** de una empresa de proyectos líder como Técnicas Reunidas, en la que la dependencia del sistema analítico es alta, y donde las **modificaciones son frecuentes** y el proceso de puesta en Producción muy corto. Es ahí donde la experiencia de Indra sugiere una **aproximación completamente diferente**, en la que el proceso se realice con una secuencia de paso entre entornos como la siguiente:

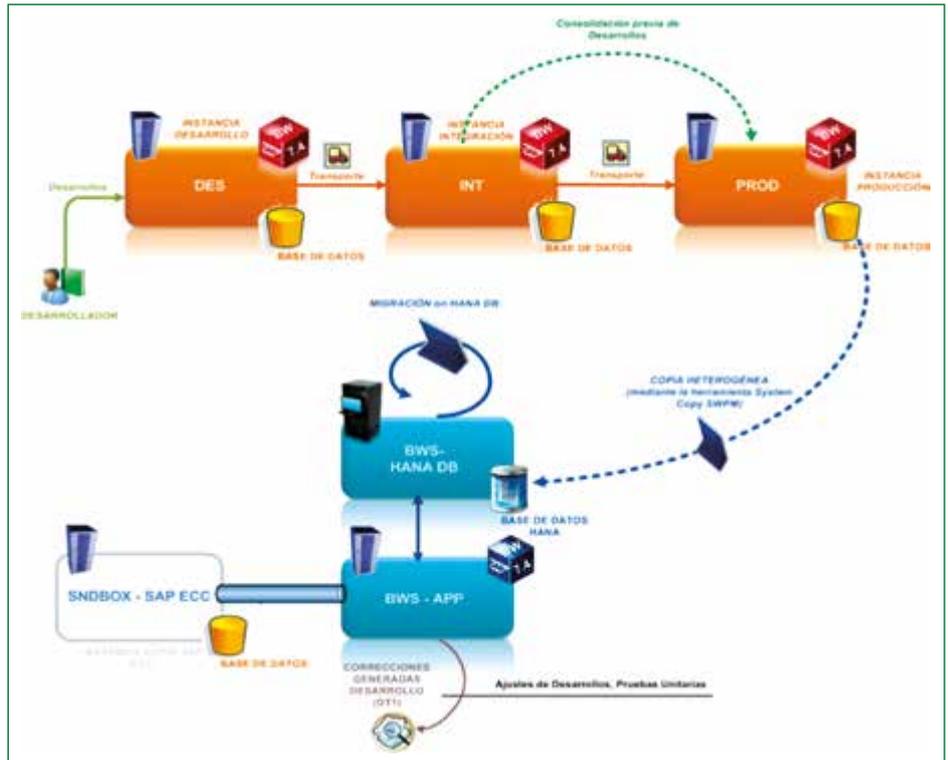
- La **definición de un entorno** de sandbox/migración en la nueva plataforma SAP HANA como copia de Producción para realizar la prueba técnica de todos los procesos de migración, obtener el *cookbook* detallado e iniciar el mecanismo de definición del *cut-over* para la copia del entorno de Producción. Las modificaciones de proyecto se siguen produciendo en el entorno de Desarrollo y navegando al entorno de Calidad para realizar pruebas, sin navegar a Producción. Sólo las modificaciones urgentes pasan a Producción y se inyectan por un proceso de *retrofit* en el nuevo entorno de Sandbox migrado. En este entorno se realizan las pruebas de integración, conectando un entorno de Sandbox de ERP y una carpeta de informes completamente nueva de BO, con conexiones OLAP dedicadas.
- Se realiza un **segundo ciclo de migración de Producción** en el hardware correspondiente al entorno de Calidad, para refinar el proceso anteriormente realizado y disponer de un modelo de entornos Sandbox y Calidad que permitan mantener el sistema de Producción una vez migrado. En este entorno, al cual se reconecta toda la plataforma de calidad de ERP y las carpetas de informes de BO de Calidad, se realizan las pruebas de UAT.
- Se realiza el **proceso de migración a Producción** conectando una ruta de Sandbox a Calidad y de ahí a Producción todo en SAP HANA, que permite poder mantener el sistema de Producción para correcciones urgentes.
- Durante todos los pasos anteriores, es posible realizar correcciones urgentes al entorno de Producción no-HANA hasta ser migrado desde el entorno de Desarrollo no-HANA, y una vez migrado, desde el Sandbox HANA al entorno de Calidad HANA y de ahí al entorno de Producción HANA. Una vez aislado el entorno de desarrollo no-HANA se procede en un **último paso a su migración**, algo más delicada dado que el nivel de desarrollos que ha habido hasta este momento es elevado. Se considera que la única congelación de desarrollos es la que se produce en

el momento de *downtime* del paso de Migración del entorno de Desarrollo.

Esta aproximación puede parecer compleja a priori, pero garantiza algunas de las premisas de alto nivel de Calidad que Técnicas Reunidas impone en sus sistemas SAP, esto es, que el entorno de Producción en uso quede siempre protegido para la realización de correcciones urgentes por un entorno de Desarrollo y un entorno de Calidad en los que realizar pruebas significativas, de modo que el riesgo de discontinuidad de negocio en el entorno de Producción se minimice.

En el propio proceso de migración, la esperada linealidad y progresividad que sugiere el hecho de que originalmente los sistemas de SAP BW on HANA se encontraban en la versión 7.4, también supuso problemas adicionales, porque se comprobó que **partiendo de un nivel bajo de parcheo en esta versión se produce una generación continua de problemas en el proceso de verificación y pruebas** dado que, precisamente, en niveles posteriores de parcheo se incorporan correcciones de problemas ya reportados previamente en migraciones SAP HANA. Por ello, si se utiliza una migración clásica con SWPM se recomienda –como se pudo contrastar– **una subida de parches al último nivel de manera previa a iniciar los procesos de migración.**

Otro de los puntos relevantes en el proceso de migración fueron los **múltiples sistemas fuente**, que determinaban de manera compleja el proceso de migración. La existencia de informes de BO con conexiones OLAP individuales por reporte obligaba a un trabajo de preparación de carpetas de informes para las pruebas, así como a ajustes de entorno muy laboriosos y que comprometerían los tiempos de realización del proceso completo de migración (al menos en el paso a Producción). El trabajo consistió en minimizar este tipo de situaciones y de coordinar los procesos de migración en cada una de las aplicaciones satélite.



Con todas estas circunstancias, y con el trabajo y dedicación del equipo de Indra, el apoyo del equipo de sistemas y Basis de Técnicas Reunidas, así como el soporte del equipo del proveedor de la plataforma SAP HANA, el proyecto se llevó a cabo muy satisfactoriamente. El mejor resultado ha sido claramente la vocación expresada por parte de Técnicas Reunidas de revisar con Indra todos los procesos de mejora de rendimiento y de racionalización del funcionamiento de SAP BW cuando se hace uso completo de los nuevos mecanismos proporcionados por SAP HANA, y su progresiva implantación.

La idea es poder convertir esta experiencia en SAP HANA en un punto de partida para la implementación de unos procesos de mejora continua en la plataforma analítica de Técnicas Reunidas y convertirlo en un **sistema de apoyo a la toma de decisiones en tiempo real**, dentro de una compañía en la que la eficacia y el conocimiento en tiempo real son pilares sobre los que asentar su propia mejora y optimización de procesos.

## 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. Dispone de una oferta integral de soluciones propias y servicios avanzados y de alto valor añadido en tecnología, que combina con una cultura única de fiabilidad, flexibilidad y adaptación a las necesidades de sus clientes. Indra es líder mundial en el desarrollo de soluciones tecnológicas integra-

les 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, Indra 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.



**Juan José Catoira Corral**  
Jefe de Proyecto de Soluciones ERP de Tecnocom



# Deoleo avanza hacia SAP HANA de la mano de Tecnocom

La plataforma SAP HANA se lanzó al mercado en el año 2011 como una promesa de SAP. En principio, consistía en una base de datos capaz de acelerar las operaciones analíticas gracias a la tecnología in-memory. Aquella promesa ha ido evolucionando en poco tiempo, convirtiendo SAP HANA en una plataforma clave en la transformación digital de la empresa, especialmente en los ámbitos de Big Data, Internet de las Cosas y capacidades en tiempo real.

Un hito en esta progresión fue el anuncio en el año 2015 de SAP S/4HANA, la primera solución completa basada íntegramente en SAP HANA. A día de hoy, las empresas se están volcando en la transformación digital y SAP HANA no es una opción de futuro, es una opción de presente y es que realmente es un producto redondo, que aporta de forma tremendamente sencilla un nuevo abanico de posibilidades no sólo a nivel de negocio, que ya sería todo un éxito, sino también a nivel de TI y todo ello desde el primer momento.

Tecnocom apostó desde el primer momento por esta tecnología. En la actualidad cuenta con más de 40 sistemas SAP HANA operados y mantenidos, lo que sin duda le convierte en el partner perfecto para acompañar a sus clientes en los procesos de transformación digital.

Por otro lado, un proyecto de migración a SAP HANA exige a los departamentos de TI una serie de requisitos que han de lograrse de forma que no impacten con el negocio y es ahí donde radica el éxito de un proceso de migración y donde Tecnocom, gracias a su experiencia tanto técnica como metodológica, puede ser el aliado perfecto.

## DEOLEO, UN CASO DE ÉXITO

Deoleo es una multinacional española de alimentación, líder mundial en comercialización de aceite de oliva, con presencia en más de 80 países de los cinco continentes, fábricas en España e Italia y delegaciones comerciales en 15 países. Deoleo cuenta con

marcas líderes en todo el mundo, como Bertolli, la más vendida en EEUU, Carapelli y Sasso; y las españolas, Carbonell, Hojiblanca y Koipe.

Deoleo está abordando un proceso de transformación de negocio que incluye el proyecto de migración de sus sistemas SAP ECC y BW a SAP HANA. Entre sus objetivos está dar cabida al

nuevo SAP BPC, actualmente en fase de implantación con una plataforma preparada para la evolución tecnológica que va a llevar a cabo en los próximos años.

El proyecto se planteó a todos los niveles, desde el suministro de la plataforma hardware hasta los servicios de migración, resultando Tecnocom seleccionado como partner tecnológico, entre otras razones, por contar con el bagaje necesario, así como por comprender desde el primer momento las necesidades del proyecto y su relación con todas las capas involucradas en su proyecto de transformación.

La migración se realizó en dos pasos. En el primero se abordó la migración de SAP BW y en segundo lugar SAP ECC, que debía integrarse en la primera fase con el comienzo de la implantación del SAP BPC corporativo.

En el proceso de migración de SAP BW desde la versión SAP BW 7.31 NUC a la SAP BW 7.40 powered by HANA, se planteó como estrategia realizarlo en un solo paso, con la premisa de reducir al máximo el tiempo de congelación de desarrollos, que finalmente pudo reducirse a menos de una semana.

Deoleo está abordando un proceso de transformación de negocio que incluye el proyecto de migración de sus sistemas SAP ECC y BW a SAP HANA.



La migración de SAP ECC tenía mayores dificultades dado que el sistema disponía de una ventana de mantenimiento inferior a SAP BW y porque, además, es un sistema con un mayor impacto en el negocio. Se pasó de SAP ECC 6 EHP 7 a SAP ECC 6 EHP 7 powered by HANA mediante DMO.

A pesar de la complejidad del entorno y de formar parte de un proyecto global muy ambicioso, toda la migración de los sistemas de la compañía se completó en los plazos indicados en el cronograma, sin incidencias durante el arranque, lo que fomentó que no se acumularan retrasos en el resto de proyectos que dependían de éste.

En el proyecto de migración a SAP HANA, cabe destacar una serie de puntos clave:

- Selección de estrategia de migración adaptada a las necesidades del proyecto y a los tiempos del proyecto global.
- Cumplimiento del cronograma de proyecto para no generar retrasos en el resto de proyectos dependientes.
- Jornadas de formación para el mantenimiento y las nuevas funcionalidades durante el proyecto con el objetivo de aprovechar todas las funcionalidades disponibles desde el primer momento.
- Diseño de arquitectura SAP HANA para cumplir con los requisitos corporativos de disponibilidad y contingencia.

Asimismo, un proyecto de características tan complejas como el ajuste en tiempo y con requisitos de negocio relativos a plazos, nos ha proporcionado el aprendizaje de unas cuantas lecciones:

- Configuración y pruebas de las herramientas de Disaster Recovery durante las pruebas funcionales en la Sandbox para no dilatar los tiempos de migración.
- Formaciones sobre soporte de plataforma y nuevas funcionalidades durante el primer Sandbox, para poder utilizar dicho Sandbox para las prácticas.
- Dedicación el tiempo que sea necesario a la fase de preparación previa a la migración para que ésta se lleve a cabo sin incidencias.
- Comienzo cuanto antes las tareas de adopción de SAP BW en los sistemas actuales para sólo migrar lo que realmente es necesario a SAP HANA.

Una vez finalizado este proyecto con éxito, Deoleo dispone de una plataforma de alta tecnología, moderna y que le da la capacidad para acometer todos los proyectos de transformación que tiene en su roadmap. Los beneficios obtenidos podrían sintetizarse en:

- **Servicio al usuario final:** los tiempos de las consultas, la ejecución de informes y la carga de cuadros de mando se han reducido significativamente.
- **Administración:** una vez finalizado el proceso de migración, se reduce significativamente el esfuerzo de administración y mantenimiento de su plataforma.
- **Contingencia:** la nueva solución SAP HANA con las herramientas que ofrece la plataforma, permiten a Deoleo reducir sus RTOs y RPOs frente a la solución anterior basada en Oracle, simplificando además la administración y los procesos de failover y failback.
- **Backup:** reducción de las ventanas necesarias de backup/restore de horas a minutos, permitiendo que el tiempo de disponibilidad crezca sustancialmente. Además, el tamaño de los backups completos se ha reducido en más de un 50 por ciento redundando en la optimización de los recursos disponibles. Todo ello sin necesidad de herramientas adicionales.
- **Experiencia de usuario:** reducción sustancial de los tiempos de respuesta en todos los entornos de manera considerable por lo que experiencia de usuario y la productividad han mejorado mucho respecto a la plataforma anterior.
- **Procesos de BI:** reducción en uno o dos órdenes de magnitud los tiempos requeridos por las transformaciones de los objetos BI. Además, al correr el sistema fuente sobre SAP HANA se reducen también los tiempos de carga de datos. Todo ello sin necesidad de llevar a cabo un proceso de migración de código a SAP HANA.
- Mediante HANA Live, se dota al sistema SAP ECC de una serie de vistas que ofrecen una **capa analítica en tiempo real** sobre el mismo. Estas vistas pueden ser explotadas por herramientas de reporting de SAP BusinessObjects como, por ejemplo, SAP Lumira, Web Intelligence, Analysis for Office, Crystal Reports, Dashboards, etc.



**Carlos Filipe Andrade**  
Senior Presales Specialist, SAP Business Network Group



# La transformación digital llega a Compras

La función de compras siempre ha tenido dos retos importantes. Por un lado, debe obtener ahorros y, por otro, tiene que aportar valor a la compañía. Con la transformación digital hay cuatro tendencias que están cambiando la forma cómo Compras puede conseguir esos objetivos. Las tendencias son la “hiperconectividad”, Big Data, una mayor importancia de la experiencia del usuario y Cloud.

En la era digital todo está conectado: empresas, personas y cosas. De ahí el término hiperconectividad. Y el departamento de Compras es responsable de aprovechar ese cambio para mejorar la relación de la compañía con los proveedores.

Para dar respuesta a ese reto SAP ofrece a sus clientes la mayor red de comercio electrónico, SAP Ariba Network, que conecta más de 2,4 millones de empresas que gestionan anualmente 840 mil millones de dólares.

SAP Ariba Network es una plataforma abierta que se integra con cualquier ERP. Está nativamente integrada con SAP ERP y con SAP S/4HANA ofreciendo a clientes SAP conectarse directamente

a la mayor red del mundo de comercio electrónico. Esa red permite a los clientes tener un proceso colaborativo con sus proveedores totalmente digital, desde los pedidos, pasando por avisos de entrega y terminando en la factura electrónica y el pago. Así se puede reducir el tiempo del proceso del pedido a la factura aprobada de 30 días a tan sólo cinco. Esa mayor eficiencia ofrece una importante reducción de costes al departamento de Compras y cuentas a pagar. También permite a cuentas a pagar aplicar políticas de descuento por pronto pago u ofrecer a más proveedores buenas condiciones usando *confirming*, que también se puede habilitar a través de SAP Ariba.

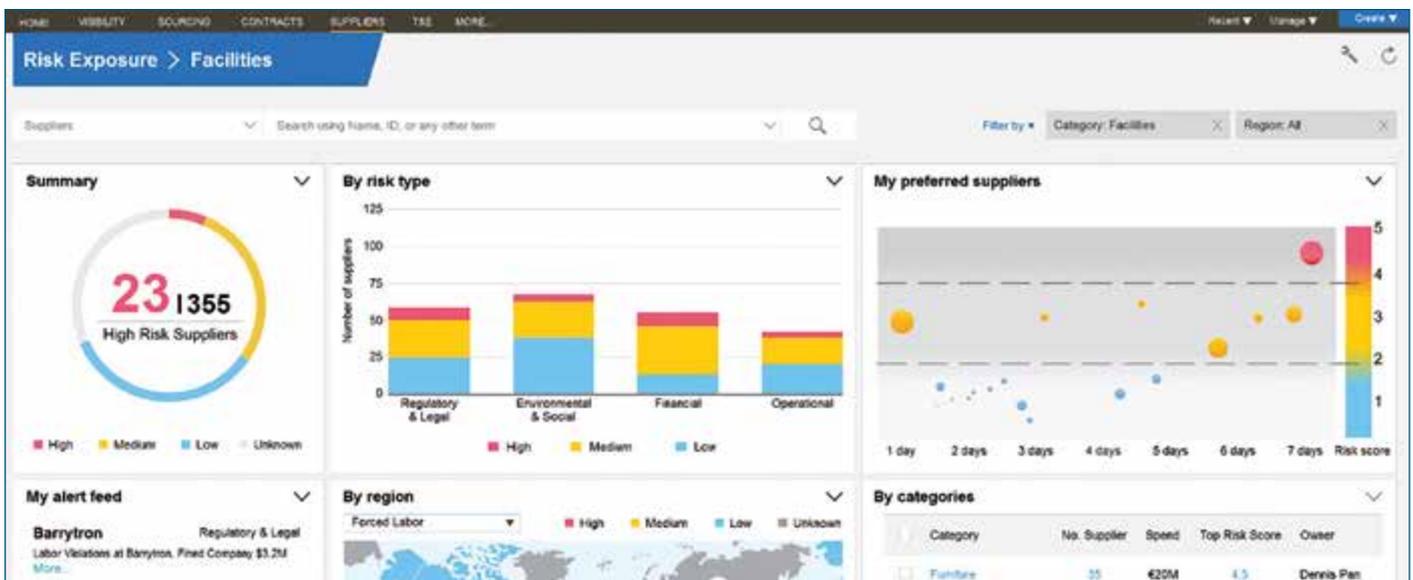


Imagen 1: Gestión de riesgo con proveedores de SAP Ariba.

Los procesos digitales y automatizados no sólo benefician los departamentos de compras y cuentas a pagar. También para procesos logísticos SAP Ariba Network ofrece procesos digitales que exponen al proveedor datos de previsión y planificación, y permiten intercambiar electrónicamente planes de entrega, pedidos de consigna o pedidos de subcontratación para aumentar el control en la cadena logística y asegurar entregas en tiempo del material necesario para la producción.

Big Data describe la posibilidad de aprovechar la información masiva como fuente de decisión y transformación. Esa capacidad de captar e interpretar información es muy relevante para la gestión del riesgo con proveedores, que sigue siendo una asignatura pendiente en muchas compañías. Con el uso de las herramientas adecuadas y aprovechando Big Data, los clientes pueden ahora buscar información sobre sus proveedores no sólo en fuentes como Dun&Bradstreet, sino también en más de 350 mil fuentes para detectar rápidamente incidencias que ponen en peligro la cadena logística o representan un riesgo reputacional para la compañía. Con SAP Ariba Supplier Risk Insights, los clientes pueden tener acceso a esa información integrado con su base de proveedores homologados en SAP Ariba. La solución dispone de alertas automáticas que avisan de fuentes de riesgo de diferente tipo en la cadena logística.

La tercera tendencia de la transformación digital es el papel más relevante del usuario que se refleja en una mayor necesidad de experiencia del usuario con una adopción rápida de las herramientas. La experiencia del usuario no es un capricho; es la garantía de asegurar la adopción de la solución por los usuarios de la compañía. En Compras ese concepto tiene mucha aplicación en la gestión de solicitudes de pedido. En muchas organizaciones el proceso de las solicitudes de pedido es el único que afecta a todos los empleados de la compañía. En ese contexto es imposible formar a los usuarios en el uso de una herramienta que se utiliza 2-3 veces al año, y la única forma de conseguir su adopción es mediante una mejor experiencia del usuario para, de esta manera, aumentar el seguimiento de políticas y el uso de precios pactados obteniendo así el ahorro negociado.

Para conseguir eso, SAP acaba de lanzar una nueva mejora de su solución SAP Ariba llamada Guided Buying que hace exactamente eso: ofrecer una experiencia del usuario extraordinaria y, al mismo tiempo, permitir que el gasto se controle, que las políticas corporativas de compras se apliquen y que el gasto se dirija a proveedores prioritarios para la compañía. Guided Buying es

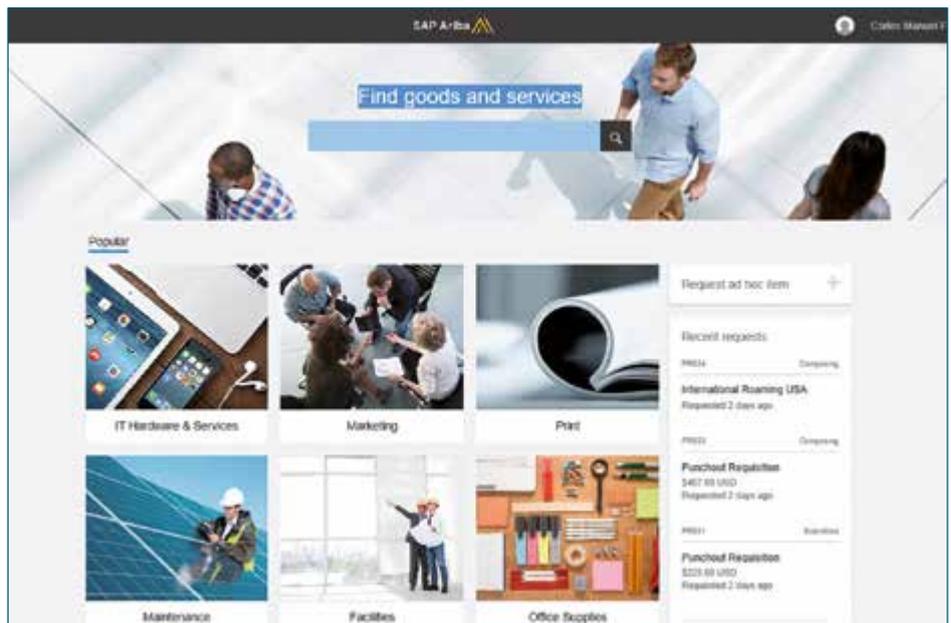


Imagen 2: Nueva experiencia de usuario con Guided Buying de SAP Ariba

La función de compras tiene la oportunidad de aprovechar las tendencias de la transformación digital para mejorar sus procesos y obtener mejores resultados.

la herramienta única para realizar las compras de una compañía. Desde ahí el usuario pueda seleccionar de artículos en catálogos electrónicos, comprar servicios basándose en formularios, donde la herramienta define automáticamente el precio correcto según los criterios seleccionados por el usuario. Además, puede acceder al proceso de contratación de recursos temporales o incluso acceder a la herramienta para los gastos de viajes Concur. Guided Buying de SAP Ariba es una solución que va a transformar las compras.

La última tendencia de la transformación digital es Cloud. Las soluciones Cloud se pueden usar rápidamente y no requieren proyectos de implementación largos, con nuevas versiones que también son instaladas automáticamente. En este sentido, SAP Ariba es una solución SaaS (Software as a Service) que facilita proyectos ágiles y rápidos que ofrecen valor en semanas a los clientes y que cuenta con nueva versión cada tres meses.

En definitiva, la función de compras tiene la oportunidad de aprovechar las tendencias de la transformación digital para mejorar sus procesos y obtener mejores resultados. SAP Ariba ofrece una plataforma segura para conectar la empresa con sus proveedores y emplear Big Data para detectar incidencias

con éstos de forma inmediata. La experiencia de usuario renovada, Guided Buying, permite dar respuesta a las nuevas exigencias de los solicitantes de la compañía y, al mismo tiempo, aumentar la adopción de las políticas de compras en la compañía. Todo eso con una solución implementada de forma rápida en Cloud. Con las soluciones en la nube de SAP Ariba, SAP ofrece a sus clientes las herramientas para afrontar los retos de la transformación digital y, con ellas, la función de compras puede aportar más valor a la compañía.



**César Torres Benavente**  
Gerente de everis SAP Customer Engagement



an NTT DATA Company

# SAP Hybris Marketing: cómo rentabilizar al máximo la información y los comportamientos de los clientes

Hace más de dieciséis años que empecé mi andadura profesional en el mundo de CRM, dando mis primeros pasos con aplicaciones con funciones de marketing personalizado. Tanto entonces como ahora, el mantra de las organizaciones ha sido y sigue siendo el poder disponer de información que permitiese conocer a los clientes y segmentarlos convenientemente, de cara a lanzar los mensajes adecuados en función de sus necesidades.

En aquella época las estrategias de marketing personalizado se encontraron con barreras muy importantes que impedían brindar experiencias a nuestros clientes como, por ejemplo, la obtención de información por canales muy limitados. La información disponible se centraba básicamente en el ámbito transaccional, mostrándonos sólo, y con latencias, la información del ERP. Del mismo modo, había una carencia de información analítica para transformar los datos en información y la información en conocimiento.

En definitiva, por aquel entonces sólo llegábamos a conocer, y no sin esfuerzos, qué es lo que hacían los clientes, pero en ningún caso podíamos conocer qué estaban haciendo en tiempo real por cualquier canal y mucho menos podíamos prever que harían en el futuro. Esta es, sin duda, la base para construir y proponer experiencias personalizadas.

## SAP HYBRIS MARKETING O CÓMO SER MÁS EFICIENTE EN LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Con el propósito de fortalecer la relación con los clientes y el conocimiento de sus hábitos, en la actualidad contamos con la solución SAP Hybris Marketing. Se trata de una aplicación que nos permite entender e interpretar, en tiempo real, cómo se comportan nuestros clientes actuales y futuros, con la finalidad de proponerles contenidos de valor, que les atraigan y generen su participación y respuesta. Queremos involucrarlos en nuestra propuesta de valor, en lugar de “perseguirlos” o “bombardearlos”.

En el contexto actual, más que nunca, las compañías están obligadas no sólo a repensar el modo de compromiso con los clientes, sino a entender y anticiparse a sus necesidades. Sólo por este camino seremos capaces de generar y reforzar la afinidad de los clientes a nuestra marca.

Con SAP Hybris Marketing damos respuesta a los grandes desafíos planteados por los responsables de los departamentos de marketing de las compañías: disponer una visión única del cliente, generar contenidos de valor y transformar la información en conocimiento. Todo ello con una serie de objetivos muy claros como conseguir una adecuada estratificación de los clientes, agruparlos de acuerdo a nuestra propuesta de valor y sus necesidades particulares; o proponer recomendaciones a medida (bespoke) combinando, en tiempo real, modelos predictivos, reglas de negocio y sus patrones de comportamiento, entre otros.

## ¿QUÉ SIGNIFICA PARA EL NEGOCIO ESTA INFORMACIÓN? RENTABILIDAD

Comprender el valor real de cada cliente nos permite invertir los recursos y medios adecuados y realizar una propuesta de valor personalizada, acorde a sus expectativas. Y esto es precisamente lo que cualquier negocio puede conseguir gracias a SAP Hybris: obtener información y comportamientos de sus clientes para mejorar su rentabilidad y aprovechar las oportunidades del marketing.

Entre las capacidades funcionales de SAP Hybris Marketing, podemos destacar:

• **Conocimiento**

- Comprender qué esperan las personas que nos compran y las que queremos que nos compren.
- Percibir cambios en sus comportamientos y reaccionar apropiadamente.
- Medir, de forma más objetiva, los esfuerzos en tiempo y recursos dedicados a la generación de experiencias.

• **Performance**

- Tecnología In-memory (HANA) para capacidades Big Data.
- Arquitectura abierta para integrarnos con sistemas SAP y no SAP, y reducir tiempos de despliegue.

• **Contenidos Relevantes**

- Involucrar a cada cliente de manera individualizada.
- Proporcionar contenidos que generen respuesta o participación.
- Potenciar las oportunidades de venta cruzada.

En conclusión, mejorar las prácticas con los clientes actuales y con los potenciales, conocer su comportamiento, interaccionar

con ellos de forma más inteligente y personalizar tanto los contenidos como las acciones de marketing de cara a sus necesidades son algunos de los objetivos que se persiguen en la actualidad por parte de las empresas.

Con SAP hybris Marketing podemos dar respuesta a todas esas necesidades y mucho más. Y es que nos permite diseñar experiencias one to one personalizadas a los clientes, que les aporten valor, alineadas a sus expectativas, en cualquier momento y desde cualquier lugar, e independientemente del canal (digital o físico), y, por tanto, podemos ofrecer la mejor experiencia a nuestros clientes, mejorando de forma significativa el Customer Engagement.

Pero esto no es todo. En everis somos conscientes de que las necesidades de cada proyecto de implantación son diferentes, por eso nos apoyamos en un equipo de más de 700 profesionales que cuentan con un profundo conocimiento de todo el porfolio de soluciones SAP. Y es que vamos un paso más allá y no sólo ofrecemos soluciones, somos la respuesta que cada uno de nuestros clientes necesita.

**SAP HYBRIS MARKETING DATA MANAGEMENT**

- Gestión de perfiles de clientes.
- Conexión con las principales redes sociales para analizar la afinidad a la marca.
- Inmediato reconocimiento de los patrones y tendencias de consumo de tus clientes.
- Analizar la co-relación entre canales y el impacto en el comportamiento de los clientes.



**SAP HYBRIS MARKETING SEGMENTATION**

Segmentación por Geolocalización, lealtad, ingresos, modelos predictivos, grado de participación, afinidad a las campañas...

**SAP HYBRIS MARKETING RECOMMENDATION (MODELOS PREDICTIVOS)**

- Modelos predictivos para elaborar contenidos de valor añadido.
- Capacidad de autoaprendizaje para optimizar las recomendaciones y afinar la propuesta de valor.



**SAP HYBRIS MARKETING CAMPAIGN**

- Planificación y presupuestación de campañas en todos los niveles de la organización de marketing.
- Vista 360 de todas las campañas y seguimiento en tiempo real de su éxito.
- Ejecución por cualquier canal: fuerza ventas, redes sociales, mail, sms, Interaction Center...



**Aitor Sánchez**  
Director de Business Consulting de Techedge España



# SAP Hybris, el arma decisiva en la batalla por la relevancia

Los departamentos de Marketing de hoy en día han de ser ágiles a fin de poder responder a las oportunidades que se presentan en el mercado. Si observamos la realidad de éstos, nos encontramos con que disponen de grandes volúmenes de información que no son capaces de transformar en conocimiento y, por tanto, no pueden aprovecharla en su plenitud.

Diversos estudios sacan a la luz que el 91% de los departamentos de Marketing identifica como prioritario que han de mejorar la **experiencia del cliente**. Sin embargo, solamente un 16% reconoce que tiene capacidad para aprovechar la información disponible. (*The Contextual Marketing Imperative: the evolution of personalization from push messaging to one-to-one personal customer experiences* – Forrester & Hybris whitepaper).

Históricamente las compañías han abordado esta problemática a través de la creación de grandes proyectos de implementación de sistemas CRM complementados de un modelo analítico que no está del todo integrado en la solución que se entrega a Marketing.

Techedge ha realizado muchos de estos proyectos CRM con la intención de unir la operativa con la toma de decisiones basándose en un análisis de la actividad comercial, atención al cliente o generación de demanda. En Techedge somos referentes en implantaciones CRM, pero aún así no todos estas iniciativas han podido maximizar el beneficio esperado. ¿Las razones? No disponen de información en tiempo real, no se tiene en cuenta la intención del cliente y cualquier evolución de los informes a presentar pasa por ampliar el modelo analítico, con el consecuente retardo causado por las recargas o recalcule de la información base. Tampoco facilitaba al departamento de Marketing la utilización de informes de análisis no conectados con la herramienta de segmentación que facilitase su labor de identificar los grupos de clientes a involucrar en las siguientes acciones.



Teniendo en cuenta estas carencias, llevamos tiempo necesitando una solución para el departamento de Marketing que cubra los gaps identificados. Una solución íntegra, con un conocimiento de nuestros clientes que permita tomar las mejores decisiones. No queremos herramientas individuales sino una solución que nos ayude, una solución que permita trabajar con el conocimiento sustraído a partir de todo el historial que tenemos acumulado de nuestros clientes o la información que está cerca de nuestro negocio pero que aún no tenemos incorporada.

## HYBRIS MARKETING, LA RESPUESTA DE SAP

Aprovechando la evolución que ha experimentado la tecnología en los últimos años y más en particular con la incorporación de la plataforma SAP HANA, **SAP ha desarrollado la solución Hybris Marketing** que nos permite dar respuesta a los retos del responsable del departamento de Marketing:

**1. La visión del cliente se actualiza en tiempo real.** Podemos tener la visión completa del cliente actualizada y disponer de la evolución temporal de ésta a través de las acciones llevadas a cabo desde los diferentes puntos de contacto.

**2. Podemos conocer las intenciones del cliente así como su sentimiento positivo o negativo.**

Además de la información transaccional, que comprende pedidos, reclamaciones, visitas al cliente, nos permite analizar las consultas en la web, redes sociales, e-mails y documentos. Todos estos datos nos ayudan a identificar la salud positiva o negativa del cliente, así como sus intereses. Todo ello de forma automática, sin depender de actualizaciones manuales de maestros que pierden su valor en el tiempo debido a un mantenimiento deficiente.

**3. Segmentación inmediata y flexible de grandes volúmenes de clientes** a partir del conocimiento de éstos. Hybris Marketing permite además incluir algoritmos predictivos en la segmentación con lo que podremos obtener una ventaja competitiva.

Con Hybris Marketing emplearemos el conocimiento de nuestros clientes para **modelar el comportamiento de este cerebro digital, a fin de ser relevantes para el cliente**, y ofrecer un contenido contextualizado al canal de comunicación y el momento en el que se está en contacto con él. **La fidelización de un cliente depende directamente de cómo seamos de relevantes.** Con todo ello Hybris Marketing permite establecer las reglas que deriven en las mejores recomendaciones para nuestros clientes.

## RELEVANCIA Y OPORTUNIDAD, LAS CLAVES DE UNA EXPERIENCIA DE CLIENTE SATISFACTORIA.

- ¿Qué podemos ofrecer a los huéspedes de nuestro hotel? Los tenemos en nuestro hotel y podemos por tanto influenciar según el interés que muestran, los servicios adquiridos en anteriores visitas y adecuar nuestra oferta a las fechas/estaciones. También tenemos que considerar si acuden por motivos de trabajo u ocio.
- Un cliente ha comprado material deportivo de un modelo determinado; de acuerdo con su comportamiento de compra



y la vida útil del producto ¿podemos ofrecerle otro modelo similar o superior a los 12 meses?, ¿a los 6 meses?, ¿y si incluimos un producto complementario? Y si además sabemos lo que ha estado consultando nuestra web, ¿qué le podríamos ofrecer cuando está en la tienda o cuando se conecta a la tienda online o usa la aplicación móvil?

- Un teatro, editorial, diario... ¿puede fidelizar mejor a sus suscriptores y lograr incrementar la tasa de abonos o renovaciones?, ¿podemos recuperar suscriptores antiguos?, ¿podemos minimizar u optimizar recursos para estas tareas?
- ¿Puede una entidad bancaria ser más relevante para sus clientes?, ¿y una aseguradora?

En Techedge ya lo hemos decidido y el equipo CRM apuesta por la solución Hybris Marketing, recomendándola a nuestros clientes como parte importante de su estrategia de transformación digital. No hay otra solución que pueda ofrecer lo mismo. La tecnología nos ayuda a tener esta solución lista para poder entregarlo a nuestro departamento de Marketing. Es una solución creada por SAP aprovechando las bonanzas de la tecnología SAP HANA. Sin ella no podría ser posible y la tenemos.

Por último, nuestra experiencia nos dice que hay que empezar por preguntar al departamento de Marketing cuáles son sus necesidades, sus deseos abandonados por el camino... Todo ello nos ayudará a definir la estrategia de transformación digital. Con algunos de nuestros clientes ya hemos comenzado a trabajar en esta línea; queremos ayudarles a que ser relevantes para sus clientes con SAP Hybris.



**Mercedes Carrillo**  
Customer Enablement Executive



# SAP Learning Hub, la apuesta de SAP para la formación basada en Cloud

Desde SAP somos conscientes de la era digital en la que nos encontramos y por ello queremos tratar de ayudar a todos nuestros clientes a conseguir el mayor éxito de sus empresas.



Las empresas actualizan su software, implantan nuevos modelos de negocio, invierten en nuevas soluciones, aplicaciones, y plataformas que ayudan a reimaginar el negocio en la era digital. Es por eso que no se puede dejar pasar una oportunidad que no solo provocará cambios en la forma en la que se accede al mercado o en la organización empresarial, sino también en el perfil de los profesionales que lideran las empresas y la manera de relacionarse, con sus entornos de negocio.

Esta realidad en la que vivimos actualmente nos obliga a dedicar cada vez menos tiempo a la formación de nuestros empleados y,

sin embargo, los departamentos y las personas empiezan a pensar en digital.

Muchas empresas aún no se han dado cuenta de que resulta vital la gestión del talento interno, de hay que reinventarse para tener éxito y de que si no lo hacen, se perderá la competitividad de los empleados. Por ello, es necesario formarles para que puedan actualizar sus conocimientos y evolucionar con el ritmo de innovación empresarial, de forma que los individuos vayan a la misma velocidad que impone la nueva era, en la que su compañía se ha embarcado en un mundo que cambia a la velocidad del rayo, en el que no



tenemos tiempo para disfrutar y cada vez es más difícil conseguir formar a alguien sin trastocar su tiempo de ocio o dejar de lado tareas diarias. Desde SAP hemos querido colaborar y ayudarles a gestionar el tiempo que sus empleados dedican a la formación, para que no pierdan ni un solo segundo yendo hasta un sitio para ser formado. Este es el motivo de desarrollar la plataforma de formación en Cloud, en la que poder formarse, donde, como y cuando quiera:

#### **SAP Learning Hub.**

SAP Learning Hub es nuestra apuesta para la formación basada en Cloud. Es una plataforma que incluye todos los contenidos de formación SAP, donde se podrá personalizar la ruta de los contenidos formativos, compartir información, opiniones con otros usuarios y realizar las prácticas necesarias para conseguir los conocimientos en las soluciones SAP de la empresa o bien los conocimientos suficientes para adquirir la certificación SAP, más actualizada y competitiva.

Da igual que si está esperando en un avión o en un tren o simplemente esté tumbado en tu sofá, con SAP Learning Hub podrá acceder online a todos los contenidos y offline a casi todos los contenidos, asignarlos y comenzar a formarse de manera inmediata desde su ordenador o tablet.

SAP Learning Hub cuenta con todos los contenidos relativos a las soluciones SAP, desde el tradicional y clásico ERP, hasta las más novedosas soluciones como SAP S/4HANA y todas las áreas en Cloud. Las 24 horas del día, los 365 del año, aportando además un valor diferencial frente a otras plataformas con sus soportes **SAP Learning Rooms** y **SAP Live Access**.

SAP Learning Rooms son aulas sociales online donde se puede compartir toda la información y se permite profundizar en conocimientos sobre las soluciones SAP mediante la colaboración con expertos de SAP y otros colegas de otras organizaciones. Un lugar donde los usuarios pueden consultar cualquier tipo de dudas sobre

las soluciones e incluso crear una comunidad de aprendizaje, haciendo de este, una formación más dinámica y divertida de aprender, frente a la formación estática tradicional.

Otra de las ventajas que proporciona cada SAP Learning Rooms, dada la importancia de no contar con un “profesor” a tiempo real, es que cada SAP Learning Rooms es moderada por un Experto SAP en nuestro software, que trata de orientar y mejorar la experiencia de usuario, responder dudas, presentar ejercicios de repaso y añadir contenido y conocimiento adicional para el proceso de aprendizaje.

SAP Live Access es otra de nuestras apuestas en el cambio de la gestión de la formación. Muchas personas discuten la diferencia entre la cantidad de prácticas que se pueden realizar en las clases presenciales y las pocas posibilidades de realizar tareas prácticas en la formación en Cloud. Por ello, con el soporte SAP Live Access, el usuario podrá poner en práctica sus habilidades y adquirir experiencia en un entorno de formación de SAP activo y con todo el soporte clásico de práctica en aula.

Los sistemas de SAP Live Access están preconfigurados con los datos que necesitará para realizar los ejercicios del material incorporado en SAP Learning Hub y para poder practicar libremente por su cuenta.

Por último, SAP Learning Hub incorpora la herramienta de gestión del usuario, que le permite conocer su propia evolución y seguimiento del material descargado, con tiempos dedicados y áreas en las que ha empleado el tiempo de formación.

Con nuestra plataforma SAP Learning Hub tratamos de mejorar la experiencia de usuario de todos nuestros clientes y ayudarles a mejorar día a día con su formación SAP, de forma totalmente actualizada.

SAP Formación apuesta por SAP Learning Hub, la herramienta de formación más accesible y digital, para un mundo de avances continuos.



**Alfredo Lagunar**  
Gerente de Innovación altim



# Haga que su empresa “suba de nivel”



Todos tenemos algún juego en el teléfono, tableta u ordenador en el que hemos pasado horas realizando tareas, alcanzando hitos, subiendo de nivel... Los juegos, y más aún ahora los videojuegos, tienen un componente psicológico que enganchan al jugador de manera que le hacen volver una y otra vez a abrir una partida. Las tareas que se realizan en estos videojuegos no siempre son divertidas, por ejemplo, hay juegos en los que nuestra tarea es atender una granja con la correspondiente siembra, recogida y atención a los animales. Los usuarios, sin embargo, juegan pues obtienen una recompensa ‘virtual’ como puede ser un nuevo emblema en función del nivel obtenido o una serie de puntos que el jugador puede exhibir con su círculo cercano y esto le otorga cierto prestigio.

Las personas en su vida real se enfrentan muchas veces a situaciones laborales en las que tienen que realizar también tareas que muchas veces son aburridas y tediosas, por lo que... ¿y si consiguiéramos que estas personas vieran su trabajo del día a día como en el juego comentado anteriormente? Todos sabemos que no hay herramienta de trabajo más potente que un empleado motivado. El concepto formal de gamificación es precisamente éste, utilizar los elementos de los juegos y las técnicas de diseño de juegos en entornos que no son de juego, en nuestro caso en un proceso productivo en una empresa. Además, podemos distinguir entre **gamificación interna o externa** dependiendo del grupo al que vaya enfocada, siendo los empleados de la empresa para la primera y los clientes para la segunda.

Los beneficios que reportan a las empresas con procesos gamificados son los evidentes de tener a los empleados 'enchufados'. Los procesos se optimizan pues los usuarios ponen todo de su parte para conseguir la recompensa que se encuentra tras cada una de las tareas que ha de realizar. Ciertos estudios, además, han demostrado que incluso disminuye el absentismo laboral.

A la hora de plasmar este concepto en la realidad, hay que lograr pensar como un diseñador de videojuegos ya que la meta es conseguir que los jugadores (empleados, clientes, alumnos, etc.) encuentren la dinámica atractiva (todos conocemos juegos que han fracasado por no haber sabido enganchar a los jugadores). Por esta razón, la mala noticia es que no todos los procesos de una compañía son gamificables. Según los gurús de la gamificación Kevin Werbach y Dan Hunter, los elementos de que disponemos a la hora de construir un sistema gamificado se pueden englobar en tres categorías que decrecientemente en abstracción son:

- **Dinámicas:** es el nivel superior de abstracción y es donde se definen las restricciones, la narrativa, progresión del jugador. Se trata de conceptos que definen, pero no entran nunca a formar parte del juego.
- **Mecánicas:** definen las cosas que ocurren en el desarrollo del juego, como son los desafíos que debe realizar el jugador, elementos de azar, elementos de cooperación o competición entre jugadores, recompensas, transacciones entre jugadores, turnos en caso necesario y estados de victoria, es decir, la regla que declara a un jugador o grupo de jugadores como vencedores con respecto a los demás.
- **Componentes:** son los elementos con los que los jugadores interactúan directamente, como los logros, avatares de los jugadores, emblemas, misiones, niveles, tablas de clasificación, puntos, equipos.

Los elementos antes descritos son todo piezas opcionales que pueden formar parte de un proceso gamificado.

De cara a los entornos SAP, disponemos de servicios de gamificación desde la plataforma SAP HCP (SAP HANA Cloud Platform). El servicio de gamificación de SAP dispone de potentes herramientas analíticas para dar soporte a los conceptos introducidos anteriormente como es la gestión de reglas de juego, constantes temporales, misiones, puntuaciones de los jugadores, emblemas, etc. mediante herramientas de desarrollo que dotan al entorno de máxima flexibilidad.

Por todo ello, podemos afirmar que la gamificación puede ser una magnífica herramienta para todas aquellas empresas que quieran crecer y diferenciarse en el mercado, aumentando la eficiencia, el compromiso y la motivación.





**Fernando Serrano**  
Consultor SAP HCM-SuccessFactors de Integra

integra

# La Retribución Flexible para ofrecer valor al empleado



Contar con una plantilla motivada e implicada es una de las bases del éxito de cualquier negocio. Tener claro este concepto implica invertir en enriquecer la experiencia del trabajador, fijando sobre él unos de los principales focos de mejora de la compañía. Medidas como la conciliación laboral, flexibilización salarial o teletrabajo, son cada vez más populares gracias a los esfuerzos de las empresas para retener y motivar el talento.

Siguiendo este principio surge la **Retribución flexible**, un sistema que permite a los empleados distribuir el cobro de su retribución según sus necesidades, dando la posibilidad al propio empleado de elegir el dinero y los productos que componen su paquete salarial (seguro médico, tickets restaurante, cheques guardería o tarjeta transporte son algunos de los más conocidos). Los productos son ofertados por la compañía, teniendo siempre en consideración que los más habituales son aquellos que cuentan con

ventajas fiscales en el impuesto sobre la Renta y que no producen ningún impacto en la cotización a la Seguridad Social.

Esta ventaja viene producida por la disminución del importe bruto percibido por el empleado, lo que conlleva un descenso en la base imponible y por tanto una menor cuantía al aplicar los impuestos sobre la Renta. Además, al bajar la base imponible es muy posible que se reduzca el tramo sobre el que se está tributando, permitiendo mayor porcentaje de ahorro.

**Ejemplo:**

Imaginemos el caso de una empleada que cobra 45.000 € y que desea disponer del producto de cheques de Guardería.

**Ticket guardería**



Sueldo Bruto Fijo: 45.000€  
Con cónyuge + 1 hijo

Nómina antes de flexibilizar Salario

| Concepto                  | Devengos       | Deducciones    |
|---------------------------|----------------|----------------|
| Salario Bruto             | 45.000€        |                |
| SS. Empleado              |                | 2.775€         |
| Retención IRPF            | 20,11%         | 9.049€         |
| <b>Total</b>              | <b>45.000€</b> | <b>11.824€</b> |
| <b>Líquido a percibir</b> | <b>33.176€</b> |                |

Neto Disponible: 33.176€

Nómina después de flexibilizar Salario

| Concepto                  | Devengos       | Deducciones    |
|---------------------------|----------------|----------------|
| Salario Bruto             | 41.400€        |                |
| SS. Empleado              |                | 2.775€         |
| Retención IRPF            | 19,03%         | 7.878€         |
| <b>Total</b>              | <b>41.400€</b> | <b>10.653€</b> |
| <b>Líquido a percibir</b> | <b>30.747€</b> |                |

Importe Productos: 3.600€  
Neto Disponible: 34.347€

Incremento del neto: 3,5% - 1.171€

Se trata de una carrera imparable en la que como empresas no hemos hecho más que dar los primeros pasos. Ser capaces de liderar el cambio hacia este nuevo modelo de negocio pasa por invertir en soluciones móviles que puedan ser explotadas en cualquier lugar y en cualquier momento, y por supuesto, a través de cualquier dispositivo.

Los empleados quieren disponer de herramientas amigables que ayuden a simplificar los procesos que tienen que realizar en su día a día. Es responsabilidad de las empresas facilitar estos procesos a nuestros colaboradores. Además, adoptar esta nueva mentalidad de trabajo se traduce en conseguir una mayor eficiencia y un mayor compromiso de nuestra plantilla, derivando en un retorno de inversión a corto plazo.

Éste, sin duda, ha sido el motor que ha impulsado un crecimiento cada día más imparable de **SAP**

Este es sólo un ejemplo de la capacidad de flexibilización que tenemos cuando usamos la retribución flexible, pero podrían ser más. Como se ha comentado antes, son muchos los productos ofertados que utilizamos en nuestro día a día y que no estamos flexibilizando. Pensemos en productos como la tarjeta transporte que utiliza la gran mayoría de personas que se mueven en el centro de las ciudades o los tickets restaurante que se utilizan para comer los días de trabajo. También puede tratarse de disponer de un servicio médico privado no sólo para el empleado sino para toda la familia del mismo.

Como podemos ver, son más veces de las pensadas las situaciones en las que una correcta utilización de este servicio supone una gran ventaja al trabajador. Es importante ser consciente de las posibilidades de este sistema, ya que mediante una acertada estrategia podemos llegar a rentabilizar el salario de gran manera.

Para que el trabajador pueda disponer de una visión acertada del alcance de la Retribución flexible, es sin duda indispensable contar con la participación proactiva de empresas dispuestas a invertir en vender el producto dentro de la compañía. Es el **Endomarketing** un medio fundamental para conseguir el éxito de una herramienta destinada a dar un valor añadido a los empleados de la propia plantilla.

Pensemos ahora en el impacto que conlleva la movilidad en nuestros días: teléfonos, tablets, infinidad de dispositivos conectados desde diferentes lugares y accediendo a la vez a la misma información.

**Fiori.** Reinventar la experiencia de usuario hace que productos como la solución Fiori de Retribución Flexible cobre más sentido que nunca. Ofrecer la posibilidad al empleado de gestionar su salario mediante una aplicación intuitiva y atractiva dota de una potencia nueva al propio sistema de retribución flexible.

Es pues la **solución Fiori de Retribución Flexible** una aplicación amigable, *responsive*, basada en roles y centrada en la experiencia del usuario que permite al empleado acceder desde cualquier dispositivo a la gestión de su salario. Además, al

tratarse de una herramienta desarrollada siguiendo las tecnologías más novedosas del mercado (SAPUI5), permite integrarla dentro de una suite de aplicaciones que podemos configurar según se desee.

Todo esto hace preguntarnos, ¿por qué renunciar a las posibilidades de la retribución flexible? ¿por qué renunciar a las posibilidades que nos ofrece la movilidad? La necesidad existe y la solución está al alcance de la mano.

La respuesta de Integra a esta demanda es su solución **INTEGRA FLEX** en entorno FIORI. Una herramienta multiplataforma, configurable y de rápida implementación. Además, al ser completamente compatible con las aplicaciones más demandadas del mercado (gestión de ausencias, recibo de nómina, perfil del empleado...) permite integrarla dentro del SAP Fiori Launchpad.

No nos quedemos anclados en complicadas herramientas de escritorio mientras vemos como otros nos ganan la partida. Invertir en movilidad es invertir en modernidad.





# NGA cleaHRsky, la primera solución para Recursos Humanos totalmente integrada en modalidad HR-as-a-Service

NGA Human Resources (NGA HR) quiere transformar la manera en la que las empresas gestionan sus servicios de Nómina, RR.HH., tiempos y procesos de talento con el lanzamiento de NGA cleaHRsky, la primera solución del mercado totalmente integrada y en modalidad HR-as-a-Service (HRaaS). La solución estará disponible a partir de junio de 2017.



NGA cleaHRsky combina el software HCM SAP SuccessFactors con los servicios líderes de NGA HR para ofrecer una solución integrada, estandarizada y lista para operar que transforma la experiencia del empleado.

La solución agrupa la experiencia de NGA HR, que ha implementado más de 1.000 sistemas HCM incluyendo los servicios de nómina global y servicios de RR.HH., para permitir una rápida

implementación (en menos de 100 días para los principales servicios de RR.HH.) y una reducción de costes de hasta el 30% comparado con soluciones tradicionales.

NGA cleaHRsky es una solución preconfigurada que cumple con todas las normativas de Nómina y RR.HH. de más de 145 países, reduciendo así considerablemente el tiempo, coste y complejidad de configurar y ejecutar una solución HCM. Se basa

en un catálogo de procesos y servicios estándar de RR.HH., y ofrece a los clientes la capacidad de configurar áreas como la gestión del talento.

Cuando los clientes implementan soluciones HCM basadas en la nube, a menudo acaban teniendo funcionalidades y procesos de RR.HH. similares a los que tenían en sus sistemas tradicionales. En este sentido, “NGA cleaHRsky resuelve este problema, al permitir a las empresas obtener lo mejor de las implementaciones SAP SuccessFactors en un formato *plug & play*”, explica Michael Cook, Director de HRaaS y Seguridad de HfS.

Mediante características como la preconfiguración, la gestión continua de versiones, interfaces estándar, un amplio catálogo de extensiones y descripciones de procesos bien documentados, que son soportadas por los expertos de NGA Human Resources, NGA cleaHRsky permite a los clientes beneficiarse de una rápida activación en múltiples geografías, un mantenimiento sencillo, prácticas analíticas, soporte completo y un bajo coste de operaciones.

El hecho de que la solución esté desarrollada sobre Payroll Exchange (el middleware de integración global de NGA HR), y myHRW (la plataforma de gestión de incidencias de NGA), permite que los procesos de nómina locales y globales de RR.HH. estén disponibles en más de 145 países, y resuelva todos los retos relacionados con el cumplimiento de las normativas, privacidad de los datos y normativas laborales.

Los empleados y managers cuentan con el soporte en tiempo real de expertos de RR.HH. en 25 idiomas. Como resultado, las empresas pueden confiar en una herramienta de RR.HH.

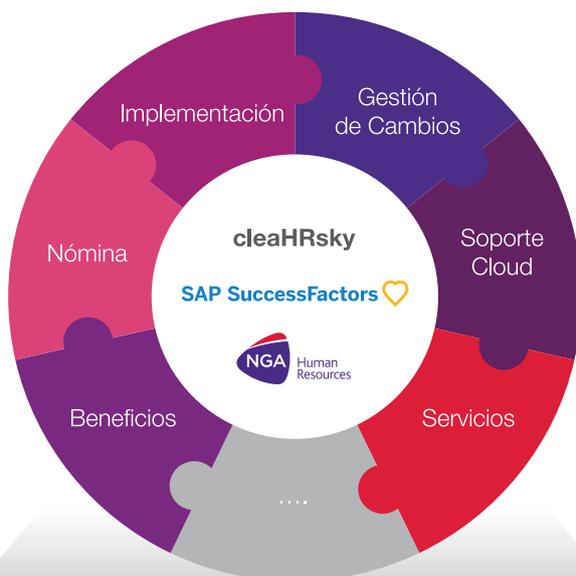
correctamente operada, que ofrece conformidad global y, por tanto, da soporte a todas las transacciones de RR.HH., entre las que se incluyen las tareas principales de HR, Nómina, Gestión de Talento y Servicios.

En menos de 100 días, los usuarios pueden empezar a ver una mejor experiencia del empleado, colaboración, servicios unificados, y acceso a herramientas de autoservicio, analíticas y las mejores prácticas de RR.HH., independientemente de su localización geográfica o el dispositivo desde el que se conectan. Basada en las best practices de estándares de RR.HH., NGA cleaHRsky evolucionará con las necesidades de empresas tanto locales como multinacionales.

“NGA cleaHRsky es una solución muy segura, fiable y estandarizada que une a los empleados con los managers, así como el rendimiento de la empresa con las aportaciones de los empleados. Se trata de una ruta rápida, que mejora la gestión de los empleados de principio a fin de los empleados, y da soporte a la transformación digital del negocio”, explica Johan Bosschaerts, SVP Product and Offerings Development en NGA Human Resources.

Según este directivo, “NGA cleaHRsky aplica el concepto de Business Process-as-a-Service muy estandarizado para RR.HH. que hace posible HR-as-a-Service, al combinar las principales tecnologías HCM con servicios líderes, estandarización y automatización. Nuestro objetivo con NGA cleaHRsky es ofrecer a las empresas la garantía de servicios globales de RR.HH. y Nómina necesarios para mantener a los empleados satisfechos y permitir la verdadera transformación de RR.HH.”.

## En resumen, NGA cleaHRsky ofrece:



- Standards de RRHH
- Cumplimiento con normativas
- Automatización
- Metodología
- Precio predecible
- Modelo de datos unificados
- Integración preconfigurada
- Soporte Continuo

- **Solución HR-as-a-Service integrada de principio a fin** para los principales procesos y servicios de RR.HH., nómina y gestión del talento, construida sobre el software HCM SAP SuccessFactors, plataformas tecnológicas y servicios de NGA HR.
- **Procesos de RR.HH. estandarizados**, conformes con las normativas y bien documentados, basados en las mejores prácticas para ofrecer una experiencia completa y consistente del empleado en más de 145 países.
- **Rápida activación** –en menos de 100 días–, a través de una metodología de implantación basada en la preconfiguración y un modelo de datos unificados.
- **Soporte en integración de procesos** en las principales funciones de RR.HH., nómina y servicios, en 25 idiomas a través de centros de servicios locales y globales.
- **Modelo de datos unificado de HR y analíticas**, ya que proporciona a las empresas informes de nómina y RR.HH., garantiza el cumplimiento con las normativas y ofrece analíticas sobre los empleados.
- **Amplio conocimiento de los empleados**, lo que aumenta la capacidad de la empresas para dar soporte a decisiones estratégicas del negocio.
- **Cumplimientos** con normativas globales en todas las geografías, teniendo en cuenta la privacidad de datos, convenios y regulaciones fiscales.



**Antonio de Ancos Cid**  
Director de Innovación en SCL Consulting



# Las personas se crean y se transforman... o se destruyen

La transformación digital está en boca de todos y tenemos claro que es una cuestión principalmente de personas. Si las personas no están dispuestas a cambiar y a adoptar nuevas formas de hacer las cosas, podemos ponerle toda la tecnología del mundo a su disposición, pero ellos seguirán haciendo las cosas como antes.

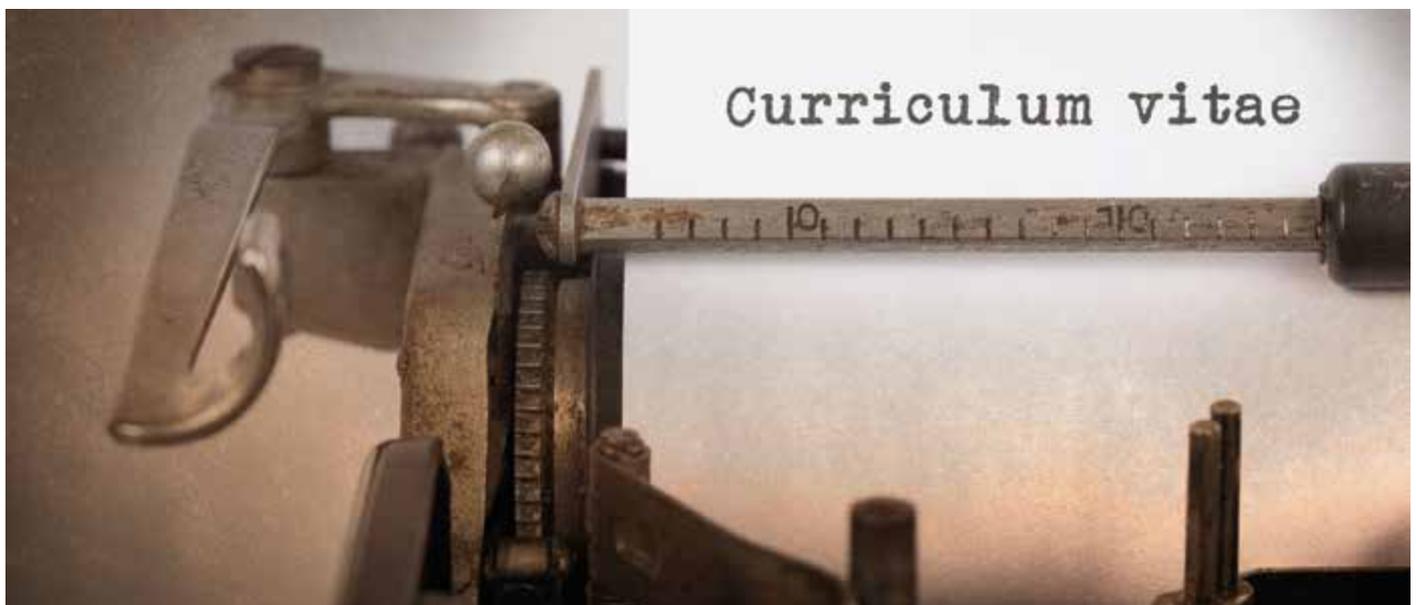
Cuando alguien me pregunta cómo evaluar la **madurez del proceso de transformación digital** en una compañía, sólo hago una pregunta: “¿Cuánta gente sería capaz de sacar su trabajo adelante sin utilizar ni el correo electrónico ni el Excel?”. Y ése es el mejor indicador que puede darnos una idea del grado de digitalización de la misma, y que conste que soy usuario de ambas herramientas.

Recientemente, contactó conmigo una empresa de selección porque estaban buscando “un perfil en el que encajas perfectamente”. Al preguntarle cómo me habían localizado, me contestó que en Infojobs. Le dije que lo sentía mucho, y que me llamara en unos años cuando se hubiera inventado la máquina del tiempo para conseguir volver al año 2002, ya que -probablemente- haya sido la última vez que actualicé mi perfil en dicha página. Me dijo que no pasaba nada, que aun así les interesaba mi perfil, algo que me sonó un poco raro

pues mis competencias en 14 años han cambiado “un poco” (unas para mejor, otras para peor). En cualquier caso, le dije que podía consultar mi perfil en LinkedIn y me contestó: “¿Por qué no me lo envías en formato Word?”.

He de reconocer que podría haber sido peor si me lo pide en WordPerfect 5.1 (habría tenido que desempolvar una disquetera, arrancar un Amstrad 64...), pero simplemente esta forma de acercarse a mí me hizo estar poco predispuesto a escuchar cualquier oferta que pudiera hacerme, por muy tentadora que fuera.

¿Es posible ganar la **Guerra de Talento** que se nos avecina con esos métodos? Lo veo, cuanto menos, complicado. Las empresas deben saber mostrar su mejor imagen para ser un foco de atracción de talento y en eso, **SAP SuccessFactors Recruiting** tiene mucho que decir, ya que nos permite:



- Publicar trabajos para candidatos en todo el mundo, proporcionando visibilidad completa del proceso y ofreciendo capacidad para llegar a los mejores candidatos.
- Comprometer y nutrir el talento, haciendo partícipes a los candidatos de una experiencia completa de manera proactiva.
- Contratar al candidato adecuado, pudiendo gestionar el proceso desde cualquier dispositivo.

Si seguimos con el mundo de Recursos Humanos, no podemos seguir pensando en procesos de evaluación basados en una reunión anual en la que se intentan valorar todos mis logros en un frío formulario, en poco más de una hora.

Quizás, si este proceso fuera algo continuo, en el que el empleado se sintiera guiado por un itinerario claramente definido, reajustado en caso de ser necesario y recibiendo información del grado de avance, ¿el proceso sería más eficiente?

**SAP SuccessFactors Performance & Goals**, le puede ayudar a:

- Mantener alineados los objetivos de los empleados y el negocio (Goal Management).
- Aumentar el feedback y la orientación a los empleados (Continuous Performance Management).
- Medir adecuadamente valor y rendimiento (Performance Assessments).

Hace unos meses el Foro Económico Mundial publicó un informe sobre el futuro laboral en el que se calculaba que, en los próximos diez años, la tecnología va a destruir unos cinco millones de puestos de trabajo, algo que no veo especialmente preocupante.

Y no deberíamos preocuparnos ya que esto es algo cíclico, que ha pasado con cada gran revolución industrial (la llegada de la máquina de vapor, las cadenas de montaje, etc.) y que se produce de manera gradual. Me preocuparía más por los empleos que se van a crear, ¿estaremos preparados para cubrirlos?, ¿estaremos recibiendo la formación adecuada para todo “lo que está por llegar”? ¿sabremos dimensionar nuestras compañías de acuerdo a esas previsiones?

**SAP SuccessFactors Workforce Planning** nos puede ayudar a tener las personas indicadas, con las habilidades adecuadas en el

momento correcto y calcular el coste para poder ejecutar nuestra estrategia ahora y en el futuro inmediato.

Es probable que muchas de las tareas rutinarias que realizamos ahora pasen a ser realizadas por algoritmos gracias a la **Inteligencia Artificial** y el **Machine Learning**, que permitirán la toma óptima de decisiones en tiempo real, basada en el análisis exhaustivo de toda la información disponible (Big Data).

Toda esa información deberá ser recopilada y analizada por alguien, al igual que alguien tendrá que definir los modelos predictivos con los que entrenar a los algoritmos para que sean cada vez más eficientes.

**SAP HANA Cloud Platform** ofrece servicios predictivos que permiten:

- Calcular cuántos productos se deben producir en función de la demanda prevista.
- Identificar patrones de las transacciones de ventas rentables y cómo mejorar las transacciones menos rentables.
- Detectar transacciones potencialmente fraudulentas basadas en una actividad anormal.
- Obtener comportamientos potenciales, estableciendo la relación entre una acción planeada y sus consecuencias.
- Predecir el comportamiento ante un nuevo producto, basándonos en un modelo que ha sido entrenado con datos históricos de los clientes.

¿Tenemos que convertirnos en máquinas? No, por supuesto que no, no en vano; según el Informe Epyce 2016 (realizado por la Asociación Española de Directores de Recursos Humanos junto con EAE Business School, la CEOE y la Fundación Human Age Institute), dos de las características más demandadas por el mercado laboral son el compromiso y la inteligencia emocional, algo difícil de “digitalizar”.

Pilotos de drones, técnicos de impresión en 3D, analistas y científicos de datos, biotecnólogos, especialistas en robótica... serán algunas de las profesiones más demandadas en el 2020, algo que estando a las puertas de 2017 deberíamos considerar como “futuro inmediato”.

¿A qué espera para transformarse? Yo, de momento, voy a abrir el Excel donde he ido apuntando los regalos que quiero y voy a mandarles un mail a los Reyes Magos. ¡Felices Fiestas!





**Carlos Chicharro**  
Experto en Mantenimiento Predictivo de SAP



# Mantenimiento Predictivo con SAP Pdms

La información necesaria para realizar un mantenimiento predictivo no se encuentra únicamente en las máquinas o activos, también hay datos cruciales en los sistemas de gestión del mantenimiento.

Es conocido por todos que, desde hace unos años, la cantidad de información que se genera en el mundo crece de una manera desconocida hasta ahora y que las oportunidades que esto brinda son incalculables, como es el caso del Internet de las Cosas (a partir de ahora "IoT", por sus siglas en inglés).

Y es que llevamos años viendo noticias, leyendo artículos o asistiendo a eventos donde se muestran evidencias que aseguran que IoT vendrá para quedarse y cambiar radicalmente nuestras vidas. Pero a su vez es incuestionable que no termina de llegar y asentarse cómo se nos vende que ocurrirá. Sin embargo, en el mundo empresarial IoT lleva años causando revuelo e interés y está empezando a asomar la cabeza poco a poco.

Una de las aplicaciones de IoT que mayor beneficio aportará, que tiene un valor muy claro y sencillo de ver y, como consecuencia de ello, es la que más interés ha despertado ya, es la de **Mantenimiento Predictivo**. Y es que hay estimaciones que calculan un ahorro en

mantenimiento de entre un 10 y un 40 por ciento, dependiendo del sector y aplicación, lo que supone -dependiendo del caso- un ahorro de muchos millones de euros (McKinsey & Company, 2015).

El Mantenimiento Predictivo es una estrategia diferente de realizar el mantenimiento sobre los activos de una empresa haciendo uso de la tecnología para poder "predecir" cuando una máquina fallará y poder anticiparse a ello. Esto se traduce en conocer el estado de salud de los activos con más certeza, al utilizar mucha más información de la que se usa en un mantenimiento preventivo y algoritmos estadísticos predictivos sobre ella.

La propuesta de SAP en este ámbito es SAP Predictive Maintenance & Service (de ahora en adelante SAP Pdms) que, al haber sido testada en múltiples clientes de muy diversas industrias, ya está mostrando su valor y dando grandes beneficios a los clientes que la utilizan.

En SAP se lleva muchos años trabajando con sistemas de gestión para el mantenimiento y hay una gran experiencia en sus procesos y





la manera de optimizarlos y se conocen. Ahora se pone a disposición de los clientes una plataforma preparada para IoT y un abanico de soluciones para cubrir diferentes necesidades específicas de diferentes sectores. Las experiencias de clientes muestran los importantes beneficios que se pueden obtener al aplicar un cambio en su forma de realizar el mantenimiento de sus activos críticos.

#### DEL DATO DEL ACTIVO AL BENEFICIO PARA EL NEGOCIO

La plataforma y soluciones de SAP para IoT buscan un enfoque que monetice y dé un valor real a la información que se encuentra entre los ceros y los unos. Y para ello hay que darle interpretación y un sentido de negocio de mantenimiento a todos los datos que se pueden recoger de los activos; por ello es crucial la experiencia en la parte del negocio (planes de mantenimiento, forma de realizarlo, histórico de órdenes de trabajo, cómo se realizaron, etc.).

SAP Pdms tiene un enfoque diferente al de optimizar toda una estrategia de mantenimiento centrándose única y exclusivamente en estudiar el comportamiento de los activos sin tener en cuenta la capa de negocio (ERP, GIS, etc.).

Y es aquí donde se encuentra el primer punto de la propuesta de valor de SAP y principal diferencia con otras maneras de realizar un mantenimiento predictivo. Desde que se concibió la idea, tras dos años y muchos proyectos de mantenimiento predictivo, se planteó siempre como el valor que podían aportar estos dos mundos juntos. Y a través de un modelo de datos único donde se fusionan estos dos tipos de información, IT y OT, se utiliza toda la potencia de la plataforma en memoria SAP HANA para explotar el valor del aprendizaje automático (machine learning) y los algoritmos predictivos optimizados para realizar mantenimiento sobre activos.

#### AUNAR TODOS LOS SISTEMAS EN UNO

Otro de los grandes puntos de valor que ven los clientes de SAP es poder aunar todos los sistemas de mantenimiento, control y monitorización de activos en un único sistema inteligente que permita visualizar y controlar de manera holística todo lo necesario para el mantenimiento de los activos.

El equipo de SAP Pdms comprendió este importante requerimiento escuchando al mercado durante sus proyectos antes de sacar la solución al mercado. Por ello, la solución está desarrollada con una arquitectura abierta y flexible que otorga a las empresas la libertad de adaptar el software a sus necesidades para optimizar la aplicación de esta tecnología a su negocio.

Con la plataforma SAP IoT, SAP Pdms y una serie de soluciones y conectores para todo tipo de escenarios se hace posible:

- Recoger e integrar la información proveniente de cualquier activo o sistema en campo, planta de producción, etc.
- Almacenar y procesar de una manera efectiva grandes cantidades de información gracias a la plataforma en memoria de alto rendimiento SAP HANA.
- Utilizar todo el potencial de los algoritmos predictivos para conocer mejor el estado de salud de los activos y anticiparse a cualquier fallo o mal funcionamiento.
- Modificar la funcionalidad existente o añadir específica de industria o cliente.
- Añadir los algoritmos que se deseen e incorporarlos a los ya incluidos en SAP Pdms.
- Desencadenar acciones inmediatas como órdenes de mantenimiento, lanzar alarmas y avisos y replanificar tareas al integrarse con diferentes sistemas de mantenimiento.
- Utilizar el sistema desde cualquier dispositivo al ser aplicación nativa HTML5.

Actualmente ya hay productoras del sector del automóvil que, usando SAP Pdms, son capaces de detectar de manera temprana signos y evidencias de problemas basándose en el estado de salud de la maquinaria. Con ello consiguen priorización y optimización de las actividades de mantenimiento con su correspondiente ahorro en costes y, al mismo tiempo, evitan paros de producción inesperados.

También hay empresas proveedoras de equipos/máquinas que utilizan SAP Pdms como habilitador para cambiar a un modelo de negocio basado en servicios. Con esta tecnología ahora son capaces de ofrecer el equipo y el servicio relacionado al poder garantizar un nivel y tiempo de funcionamiento mucho mayor. Monitorizan constantemente el estado de su maquinaria y pueden incluso realizar actividades de mantenimiento en remoto como instalar parches o actualizaciones de software.

En compañías como Trenitalia, compañía ferroviaria que gestiona 8.000 trenes diarios en Italia, confirman que gracias a SAP Pdms esperan una reducción entre un 8 y 10 por ciento en sus costes anuales de mantenimiento.

Mckinsey & Company. (2015).

The Internet of Things: mapping the value beyond the hype.



# La Delegación de Levante, 13 años activa uniendo a las empresas asociadas

Las Delegaciones de AUSAPE nacen con el propósito de dar a conocer de forma más amplia la Asociación y ofrecer un servicio más cercano a las empresas asociadas en estas regiones. Repasamos en este número la trayectoria de la Delegación de Levante, una de las más longevas, que coordina Óscar Valor, de Blumaq.

La razón de la creación de esta Delegación vino motivada “por la inquietud de varios Asociados que querían compartir experiencias y conocimientos relacionados con el mundo SAP sin tener que desplazarse fuera de la Comunidad Valenciana. Además, para otras empresas, esto fue un aliciente para formar parte de la Asociación”, explica Óscar Valor.

Él es actualmente el Delegado más veterano de todas las representaciones de AUSAPE en las distintas regiones, tras asumir la coordinación de la Delegación de Levante desde sus inicios entre 2003 y 2004. Los motivos que le llevaron a asumir este compromiso con la Asociación, fueron que “en mi trayectoria profesional había trabajado con empresas que implantaron SAP y no estaban asociadas, y también tenía experiencia el mundo de la consultoría SAP. Pensé que podía aportar conocimiento, así como también recibirlo de otros asociados. Y, por supuesto, influyó la buena relación que siempre ha existido entre los asociados de esta zona”, recuerda.

En su opinión, una de las principales aportaciones para los profesionales que asisten a las reuniones, es poder compartir problemáticas y soluciones. “Esto nos ayuda a tener más conocimiento sobre el tema que nos preocupa, ya sea sobre la adquisición de una solución, desarrollo o puesta en marcha de un proyecto, dificultades técnicas, etc.”, señala.

Y ésa es una de las principales fortalezas de cada una de las Delegaciones de AUSAPE, ya que son foros donde se intercambia



Óscar Valor, Coordinador de la Delegación de Levante.

información y experiencias con profesionales de otras empresas, que comparten objetivos comunes relacionados con el ecosistema SAP.

De media a los eventos organizados por la Delegación de Levante asisten 35 personas, una buena cifra que Óscar Valor pretende incrementar. Como palancas para conseguirlo, cree relevante que “el contenido de las sesiones aporte conocimiento y, por eso, es importante que los partners y ponentes de las presentaciones muestren la parte práctica, sin limitarse a mostrar las características de la herramienta”.

La Delegación pretende recuperar también el formato de sesiones anterior a la crisis, donde parte de la reunión era sólo para Asociados de Pleno Derecho, que daban a conocer al resto de empresas los proyectos SAP en los que estaban trabajando. “Esperamos que la vuelta a este tipo de reuniones sea un aliciente para que las empresas no asociadas se incorporen a AUSAPE”, añade.

Óscar Valor tiene claro que liderar la representación de la Asociación en Levante requiere tiempo para que los eventos sean de interés para el Asociado. Y, en este sentido, comenta que la mayor asistencia se produce cuando se tratan temas legales, sobre todo, del área financiero-contable y recursos humanos. “Otra temática que interesa mucho es el de la migración a SAP HANA, y la incertidumbre que nos provoca la evolución del ERP hacia SAP S/4HANA”, concluye.

En 2016, la Delegación ha organizado dos sesiones, una de ellas el SAP Day, con temáticas como SAP Hybris, la evolución a SAP S/4HANA, SAP Servicios y Soporte Avanzado. En la otra se

abordaron temas como facturación electrónica, BOBJ, presupuestación con SAP BPC vs IP, Creta o una revisión al estado de SAP S/4HANA Simple Logistics.

### LA OPINIÓN DE LOS ASISTENTES

Susana Gimeno, de Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana (FGV), es una de las artífices de la puesta en marcha de esta Delegación. “En junio de 2003 nos reunimos un grupo de responsables de SAP para compartir nuestras experiencias en la implantación del ERP. Esa reunión fue muy provechosa para todos y concluimos que sería interesante institucionalizar esas reuniones y dar cabida en ellas al resto de empresas de la Comunidad Valenciana con una problemática similar. Tras varias reuniones, contactamos con AUSAPE para que conocieran de nuestra existencia y en junio de 2004 se crea la Delegación de AUSAPE Comunidad Valenciana y Murcia (AUSAPE CVM)”, señala.

Y, a partir de ahí, se trabajó conjuntamente con la Junta Directiva de la época para redactar un Reglamento para el funcionamiento de las delegaciones, y se nombró un Delegado y Secretario de la Delegación.

Susana Gimeno considera que “es muy importante que exista la Delegación, si con ello se facilita el intercambio de experiencias y el networking entre los Asociados, independientemente de los eventos que se organicen para conocer las nuevas tendencias del ecosistema SAP. También es relevante que se nos informe de las novedades que se van produciendo en los Grupos de Trabajo”.

Sobre la evolución de la Delegación, explica que “en un principio se establecieron reuniones mensuales, para más tarde pasar

a sesiones trimestrales”. Con la crisis, las convocatorias llegaron a ser menos, con sesiones consistentes en presentaciones de uno o varios partners e información que nos traslada el Delegado. “Sin descartar las sesiones workshop, sería bueno retomar las reuniones de networking”, finaliza.

Por su parte, Ernesto Plaza, de Esmalglass-Itaca Grupo, comenzó a asistir a las reuniones de la Delegación en 2008, desde que su compañía se incorporó a AUSAPE. En su opinión, “no sólo es importante que exista para nuestras empresas, sino para la propia SAP. En nuestra región el tamaño medio de empresa es menor que en Madrid y Barcelona, como ocurre en el resto de regiones de España y, que SAP conozca esta realidad, de forma organizada, se consigue gracias a las Delegaciones”.

La representación de AUSAPE en Levante evita a su empresa desplazamientos a Madrid o Barcelona, y también le permite generar contactos e intercambiar experiencias sobre las soluciones SAP o cualquier otra área de IT.

Destaca también el trabajo en equipo. “Hemos conseguido mantener número de asociados y reuniones en los últimos años gracias al trabajo e ilusión de nuestro Delegado, Óscar Valor, y de las empresas que periódicamente asistimos para mantener esos contactos”, asegura.

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

# 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.

# El Grupo BI-BO cumple seis años profundizando en la 'inteligencia' de las empresas

Inició su actividad 2010 y, desde entonces, reúne periódicamente a las empresas asociadas en torno a las soluciones SAP en el área de business intelligence y reporting. Su Coordinador, Joan Corbella, y varios de sus participantes habituales nos cuentan las inquietudes de este Grupo de Trabajo.

En sus primeros años de andadura, este Grupo trabajaba de forma separada en Madrid y Barcelona, con varios coordinadores en distintas etapas: Josep Vidal y Toni de Andrés desde Madrid, y Arantxa Martínez desde Barcelona.

Fue en 2014 cuando ambos se unificaron en uno con Joan Corbella, de Codorniu, como coordinador, quien asistía a las sesiones organizadas en la Ciudad Condal desde sus inicios.

Liderar un grupo añade una serie de tareas al trabajo habitual que realiza en su empresa, aunque reconoce que "no es que esto represente un gran esfuerzo, pero hay que pensar los temas a tratar en función de las necesidades y demandas de las empresas asociadas, y ésta es la parte más complicada". En su opinión, lo que más valor aporta a sus reuniones son las experiencias de los usuarios, los casos reales y ahí es donde se encuentra el mayor problema: encontrar usuarios que estén dispuestos a explicar su experiencia.

Actualmente el Grupo está poniendo foco en profundizar en la nueva oferta y las novedades de las versiones de productos ya existentes en las áreas de Analítica y Analítica Predictiva, "sin olvidar la vertiente de movilidad, que es muy importante", matiza.

En este sentido, cobran relevancia temas relacionados con SAP S/4HANA Analytics, SAP BW Data Integration o SAP Fiori. "También estaremos atentos en 2017 a los movimientos en Cloud, creo que

SAP HANA Cloud Platform de SAP es aún una gran desconocida dentro de los usuarios de SAP y estamos deseosos de ver algún caso real de alguno de los Asociados", añade.

En paralelo, también se están llevando a cabo iniciativas para dinamizar el Grupo. Así, AUSAPE ha llegado a un acuerdo con SAP para que asigne a un profesional en este tema de forma continuada y aporte tanto su experiencia como sus conocimientos sobre los productos de la firma y su hoja de ruta. "Anticipar el futuro es una de las grandes aportaciones del grupo a los asociados", subraya Joan Corbella.

Entre sus retos también figura conseguir una participación más proactiva por parte de los asistentes para potenciar los casos de éxito.

El Coordinador recomienda la participación en el Grupo porque "es el foro más abierto y más cercano a las necesidades en esta área que puedan tener".

## LA OPINIÓN DE LOS ASISTENTES

Didac Moya, de la empresa Esteve, y Marcos García, de Torres, son dos asistentes habituales a las sesiones de este Grupo.

Para el primero es clave que exista porque "la constante evolución del mundo del reporting obliga a los departamentos de



Business Intelligence a estar siempre al día sobre las soluciones actuales y futuras. Además, poner en común las hojas de ruta y conocer implantaciones de recientes soluciones son dos aspectos importantes a la hora de definir y adoptar decisiones”.

Desde su punto de vista, las reuniones también ayudan “a despejar alguna de las dudas que tenemos sobre las hojas de ruta presentadas por SAP, y resulta muy útil la puesta en común de las soluciones que adoptamos, así como la colaboración para encontrar otras”.

Respecto a la evolución de los temas que se tratan, considera que “el Grupo se está adaptando de forma notable a los cambios y novedades que surgen en el área de BI-BO”.

Por su parte, Marcos García señala que “dada la importancia que tiene Business Analytics no sólo actualmente, sino a medio y largo plazo, es vital para las empresas disponer de foros donde poder profundizar en la información, conocerse mejor y tomar las decisiones adecuadas para su futuro”.

De ahí su participación en este Grupo que le resulta muy útil, ya que se “obtiene una visión más amplia de las herramientas disponibles, de su grado de madurez, y principales ventajas e inconvenientes. Las sesiones de presentación de productos también permiten conocer de primera mano la dirección que toma SAP con sus soluciones de Analytics”.

Según su perspectiva, la evolución del grupo está alineada con la de las soluciones de Analytics. “En los últimos tiempos estamos viviendo una transformación en la manera de tratar la información y de las herramientas que soportaban el análisis de datos, y avanzamos hacia un mundo nuevo de Predicción y Prescripción”, concluye.



Joan Corbella, coordinador del Grupo

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 PODEMOS AYUDARTE EN TUS **ESTRATEGIAS DE MARKETING** CON **SAP HYBRIS**?

**SOMOS LA RESPUESTA.**

**EVERIS**  
SAP BUSINESS UNIT

attitude makes the difference

Consulting, IT & Outsourcing Professional Services

# AUSAPE pone en marcha nuevos Grupos de Trabajo

Los dos nuevos Grupos operativos son Logistics & Retail y Movilidad y SAP Fiori, que han mantenido sus primeras reuniones el pasado 1 de diciembre.

El primero de ellos, Logistics & Retail está coordinado por Mark Schnettler, de la compañía COFARES. En su primera sesión se abordó el tema de la "Optimización Logística" como vía para ofrecer la máxima satisfacción al cliente mediante una gestión eficiente de los recursos, pero también se dedicó un tiempo a la recogida de las preocupaciones de los asistentes en esta área de forma que puedan ser tratadas en las futuras sesiones del Grupo.

El segundo, Movilidad y SAP Fiori cuenta con dos coordinadores: Joan Carles Puig, de Grifols, y Pablo Juncosa, de Iberdrola Ingeniería. En este caso, la sesión incluyó una ponencia sobre SAP Fiori 2 y la presentación del caso de éxito de Grifols. También se recabaron las sugerencias de los asistentes sobre las temáticas más interesantes o los temas que más preocupan a las empresas en este ámbito.

Con la creación de los nuevos Grupos de Trabajo, la Asociación quiere ofrecer más servicios de valor al Asociado y dar respuesta a la evolución de la oferta de soluciones de SAP, generando un

entorno de trabajo y colaboración influyente que ayude a que las empresas sean más competitivas.

Estos dos nuevos Grupos se suman a los que ya están operativos en las áreas de BI-BO, Financiero Sector Privado, Financiero Sector Público, Industria 4.0, Recursos Humanos Barcelona, Recursos Humanos Madrid, y Soporte y Mantenimiento. Además, están constituidos ya los Grupos de SAP HANA y SAP SuccessFactors.

## Eventos de diciembre que no te puedes perder

### 13 DE DICIEMBRE

Reunión del Grupo de Trabajo de RR.HH. en Madrid.

### 14 DE DICIEMBRE

Localization Day, el primer evento de Localización que tendrá lugar en España. *Organizan: AUSAPE y SAP*

Consultar agenda en el apartado Eventos de la web de AUSAPE ([www.ausape.es](http://www.ausape.es))

## 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](mailto:secretaria@ausape.es) incluyendo en él los datos que se solicitan. En breve recibirás confirmación de la aceptación de tu solicitud.



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.*



**Helmar Rodriguez Messmer**  
Design Thinker



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

# Hic sunt dracones

*He buscado en lo físico, en lo metafísico, en lo delirante y vuelta a empezar. Y así he hecho el descubrimiento más importante de mi carrera, el más importante de mi vida: Sólo en las misteriosas ecuaciones del amor puede encontrarse alguna lógica.*

John Nash, premio nobel de Economía 1994

## ¿ES REAL LA REALIDAD?

En la historia de la Filosofía han surgido dos modos de pensar sobre lo que hay ahí fuera. Unos piensan que lo que hay lo vemos a través de una especie de ventana, que tiene existencia sin nuestra mirada, mientras otros, los idealistas, afirman que el universo sólo existe si lo miramos. Así, lo que vemos no es sino reflejo en el espejo de nuestra mente y afuera, en último término, no hay más que vibraciones electromagnéticas, fenómenos a los cuales damos forma en tiempo real. No obstante, en lo cotidiano, abrumados por el exceso de información, por la presión de la vida, salvo en el caso de algún pensador excéntrico, damos por supuesto que esas representaciones son reales; ¡faltaría más!

Pero si no hay más cera que la que arde, si no hacemos más que mirar por la ventana lo que ya existe: ¿*dónde surge la creación?*, ¿cómo hacer para crear?

Hagamos como el desconfiado Descartes. Empecemos por lo seguro. La cerveza existe, satisface una necesidad y su consumo nos da placer. Los teléfonos y las bicicletas existen y, como diría McLuhan, son extensiones que expanden nuestras capacidades. También, participar en una actividad como una carrera o una acampada y disfrutar con los amigos, nos causa un goce (*Jouissance* lo llamaba Lacan).

Pues bien, Jeremy Bentham (1748-1832) en *Introduction to Principles of Moral and Legislation* señaló que el poder maneja al pueblo con ficciones, mediante el lenguaje: “Por entidades ficticias se entiende aquí no solo las fabulosas, es decir, las imaginarias como los dioses paganos y las hadas. Son entidades ficticias aquellas como la cualidad, la propiedad, la relación las obligaciones, el poder”. Incluso esquematizó un *cálculo felicítico*, sugiriendo cómo los gobernantes, si no podían o querían dar pan al pueblo,

optimizar la felicidad de la población mediante el uso de ficciones, como de hecho ha sido actuado por aquellos gobernantes no pudiendo dar pan, enseñando misiles.

Así parece que la “Realidad” amplía sus dominios en las sendas del lenguaje. Como diría Wittgenstein en términos de fronteras: el límite de mi Realidad es el límite de mi lenguaje.

## ¿TARTAS DE FRESA?

Nosotros como creadores de productos en nuestras empresas ¿*somos creadores de realidades, de ficciones o de ambas unidas a la vez y de forma insoluble?*



Invitamos al lector a pensar en sus clientes. Freud explicó el comportamiento de una niña que disfrutaba tomando tartas de fresa, más que por el pastel en sí, por el goce que hallaba en ver a sus padres muy contentos de verla disfrutar comiendo la tarta. Recordando el caso, el filósofo esloveno S. Zizek señala que la pregunta más profunda que deberíamos hacernos no es si estaríamos dispuestos a cambiar las tartas de fresa, nuestros placeres, por ficciones, por la esperanza de que nos digan que estamos muy guapos con una talla 38, -cosa que, por cierto, sólo sucede a los que son de la talla 38 y no a los que se “jibarizan” en ella-, sino otra muy distinta: ¿por qué queremos, precisamente, una tarta de fresa?

¿Qué es más eficiente y útil?, ¿crear la materialidad de un producto, crear su realidad, la ficción que hace desearlo, o crear las condiciones que hacen que el producto ofrezca *jouissance* al cliente? Evidentemente la respuesta es clara: lo que tengamos a mano.

En los felices tiempos de la contracultura, tiempos felices en los que al menos había algo contra lo que ir seriamente, el

profesor de psiquiatría de la Universidad de Stanford y también investigador del Mental Research Instituto de Palo Alto, Paul Watzlawick, publicó un libro con el título *¿Es real la realidad?* Era un escritor paradójico, como todos los que son profundos. Procedía de la “Universidad Invisible”, la Escuela de Palo Alto, que sentó nuevas bases sobre la pragmática de la comunicación con un modelo, *interaccionismo simbólico*. Estudió la *manipulación de la Realidad*, como luego hizo Noam Chomsky, quien denunció las estructuras de poder que ocultan las *dinámicas de comunicación*.

Su aportación nos permite tener materiales para sintetizar tres aspectos, el reconocimiento de la realidad, (Lacan), la construcción de ficciones, (Bentham) y la *creación de una pragmática de comunicación* que logre todo lo anterior. Abordar el problema *de una tacada*.

### UNA MENTE MARAVILLOSA

Convocamos al lector, que también es espectador, a recordar esta película dirigida por Ron Howard, que cuenta la historia de John Forbes Nash, eminente y excéntrico matemático que desarrolló la Teoría de Juegos no cooperativos. Después de sufrir los devastadores efectos de la esquizofrenia, tras varias décadas de penalidades y con la ayuda de su devota esposa Alice, logró superar su enfermedad recibiendo, además, el premio Nobel de Economía en 1994. Es de nuevo paradójico que Nash sea recordado por su desequilibrio y por su equilibrio, *“el equilibrio de Nash”*, un escenario de decisiones en el que se alcanza un punto de estabilidad en el que ninguna de las partes obtiene beneficio si mueve sus posiciones y, por el contrario, las dos obtienen ganancias aceptables”.

Esta película aborda no ya la “acción objetiva” sobre la realidad, la acción de la CIA, sino su reflejo en el espejo partido que constituye la mente enferma. El esquizofrénico, (gr: schizo, división) vive en un mundo desdoblado y coexiste con el “Otro en él” y su relato. La realidad es creada por un Afuera que en vez de estar *afuera*, está *facticiamente* Adentro. La enfermedad es un caso límite de una realidad constante que hay en cada uno de nosotros. ¿Quién es el Otro que nos habla cuando nos pensamos nuestros pensamientos?, ¿quién nos recuerda la tarta de fresa?

Podemos vivir la realidad de forma neurótica, “consumista”, deseando el objeto “a” -como diría Lacan-, la causa del deseo, aquello que la publicidad ha introducido en nosotros como deseable e “insatisfacible” -moda, cirugía estética, juventud, fama- y viviendo nuestra (subjetiva) realidad como un gran queso gruyere que intentamos llenar con la convicción de que el Otro nos aprobará, de que mamá disfrutará viéndonos comer la tarta, y así seremos ¡por fin! (si estamos suficientemente delgados y sudados) completos; seremos objeto del deseo del Otro. La otra forma es la *perversa* en la que el queso gruyere es el Otro y pensando que la garantía de su existencia se encuentra en nosotros decidimos agujerearnos para llenarlo. Es el sacrificio del que se *des\_vive* para que triunfe una Ley, que puede ser la de un estándar, la de un producto o la de una idea.



### LOS TRES CRISTOS DE YPSILANY

Se ha publicado recientemente una traducción de *Los tres Cristos de Ypsilany*, libro notable en que narra la experiencia de un psicólogo social que, investigando sobre las creencias, no encontró mejor método que tratar simultáneamente a tres enfermos mentales que se consideraban Jesucristo para ver cómo la discusión entre ellos hacia variar sus creencias, de las que *al menos dos* eran evidentemente equivocadas para los matemáticos y, para los creyentes, las tres.

Lo espectacular de la situación puede desviar la atención de la importancia de la cuestión: ¿se puede cambiar con la palabra, no con los hechos, lo que otros creen? Es seguro que lo que los otros piensan o hacen se puede cambiar con publicidad o con contraejemplos, pero ¿se puede cambiar lo que los otros creen?, ¿se puede crear la creencia?

Crear simplifica el mundo y “problematizar” lo expande. Cuando creíamos que el mundo era plano, creábamos mapas y tomábamos acciones extrañas (ej. florecimiento de empresas que proveían anclas), y señalábamos los bordes para que los viajeros tuvieran cuidado *“Hic sunt dracones”*. ¡Las anclas evitan caerse al llegar al borde! Cuando se supo que era redonda, los mapas fueron mejores y desaparecieron de ellos los dragones. No obstante, se mantuvo una regla inamovible. Los mapas debían ser pequeños. Por ignorarlo fue ridiculizado por Borges en “Del rigor en la ciencia” el general chino, amante de los mapas desmesurados que quiso hacer un mapa del tamaño de territorio.

La ciencia se ha basado siempre en “la última evidencia”, en principios. Los mapas deben ser pequeños, los movimientos de los astros, o bien por ser causados por Dios o mecánicamente por vórtices, tienen que ser circulares y las epidemias las causan “los miasmas”. Eran principios porque no tenían un elemento anterior más que ellos mismos y tenían elementos sucesivos a diferencia de los que se enseñan los ingenieros, que por tener razón, previa, sólo son principios relativos. Google Maps nos ha enseñado que tenía razón el general chino y Semmelweis que bastaba con lavarse las manos para reducir dramáticamente las muertes en los partos sin buscar miasmas.

### ¿ES REAL LA REALIDAD?

Volvamos a la propuesta de Watzlawick: ¿es Real la Realidad?

La respuesta corta es NO. Lo Real es inalcanzable. Sucede. Frente a lo Real, el listo se encuentra como el tonto frente a todo. Se lo encuentra de repente. Lo alcanzable es lo que creamos, las fantasías, los deseos, las esperanzas las ideas, los mapas del tamaño del Imperio.

Lo que se crea no se crea juntando cosas. No se crea en el proceso de *amontonamiento*, sino en el de *comunicación* con el Otro. Se crea durante el proceso de auto-vaciamiento para llenar la falta del Otro.

¡Vacíate!

¡Sé perverso!

¡Haz mapas del tamaño del Imperio!



**Gonzalo M. Flechoso**  
Marzo & Abogados

*Marzo & Abogados*  
DERECHO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

# Consecuencias legales de un ataque DDoS

A menudo oímos que determinados sitios de Internet o sistemas informáticos sufren un ataque DDoS (Distributed Denial of Service), dejando sin servicio a los usuarios, bien porque se caen los servidores que han sido atacados o bien porque se produce un retraso considerable que no permite atender las peticiones que les llegan, con el consiguiente perjuicio para los usuarios y para los titulares de estos servidores atacados.

Una ataque DDoS (“Distributed Denial of Service”) es un ataque distribuido para la denegación de servicio y consiste en saturar un servidor con multitud de peticiones o peticiones erróneas para que éste funcione más despacio o deje de funcionar. Así, cuando alguien va a conectarse al servidor para visualizar una página web o disponer de algún otro servicio, no tendrá respuesta o ésta será muy lenta, dado que el servidor atacado no tiene capacidad para contestar a todas las peticiones que está recibiendo.

Este volumen de carga de trabajo o la petición de órdenes erróneas o equívocas, se puede realizar desde los equipos del atacante o atacantes, o mediante la utilización de los equipos de terceros, cuyo control está en manos del atacante, que podrá lanzar múltiples peticiones de conexión al servidor atacado a través de distintos equipos o dispositivos con conexión a Internet, sin saber el propio usuario que su equipo está siendo utilizado para realizar el ataque DDoS.

Las consecuencias de un ataque DDoS a un servidor serán diferentes tanto para el titular del servidor atacado como para los usuarios que desean disponer de los servicios de dicho servidor. El equipo que se haya caído dejará de generar beneficios para su titular, al no poder comercializar productos o generar ingresos por los contenidos que ofrece, y los usuarios, que puedan haber pagado para disponer de los servicios del servidor, no podrán disponer de su servicio de correo electrónico, sus archivos, aplicaciones o cualquier otro contenido suministrado a través del servidor. En cuanto a la seguridad de la información del servidor atacado, como a través de un ataque DDoS no se accede a la información del servidor y no se obtiene el control de éste, no tiene por qué verse afectada la privacidad de la información.

Normalmente en los contratos o condiciones de servicios los responsables o titulares de los servidores suelen enumerar las medidas que adopta para evitar ataques informáticos encaminados a acceder a la información del servidor o hacerse con el

control de éste. Pero en el caso de los ataques DDoS, donde el objetivo es detener el servicio o retardarlo y no se pretende acceder a la información o tomar el control del servidor, también deben quedar reflejadas las medidas específicas para este tipo de ataques y los casos previstos por el titular del servidor en los que dejarán de prestarse los servicios por este tipo de ataques. Y recoger en el contrato o las condiciones del servicio los supuestos en los que por un ataque DDoS se hará responsable o no, el titular del servidor, por no poder atender las peticiones de los usuarios. No sólo contemplando la fuerza mayor como la justificación o motivo para no responsabilizarse de no poder prestar los servicios a los usuarios.

La fuerza mayor se puede alegar cuando se produce un hecho que no puede preverse o siendo previsto es inevitable. Pero los ataques DDoS son algo que sucede últimamente, más a menudo de lo que se desea, por lo que todo el que presta servicios informáticos a través de Internet tiene que tenerlo previsto y, además, debe adoptar medidas para evitarlos o mitigar sus consecuencias, por lo que no es inevitable lo que suceda tras un ataque DDoS. Por tanto alegar la fuerza mayor para evitar responsabilidades por no poder prestar un servicio cuando se sufre un ataque DDoS no siempre será posible. Y es por eso que, ante las consecuencias que pueden derivarse al sufrir un ataque DDoS, conviene establecer en las condiciones del servicio o contrato cuáles son las medidas que se adoptan ante este tipo de ataques y cuáles serán las responsabilidades que asume el titular del servidor atacado, dependiendo del tipo e intensidad del ataque. El objetivo es no verse inmerso en multitud de reclamaciones de los usuarios que ven que no pueden disfrutar del servicio al que se han suscrito o contratado porque se ha caído el servidor.

En cuanto a la privacidad de los datos personales que se estén transmitiendo a través de un servicio prestado por un servidor que sufre un ataque DDoS, en principio, no debe suponer

ningún problema, dado que si lo que se consigue con el ataque DDoS es simplemente dejar inutilizado un servidor, no se obtienen los datos personales por el atacante no viéndose comprometida su seguridad. Las obligaciones que actualmente exige la normativa de protección de datos sobre la seguridad de los datos personales, son que éstos se mantengan íntegros y que no accedan a ellos nadie que no esté autorizado, pero no se exige ninguna obligación de disponibilidad de los servicios.

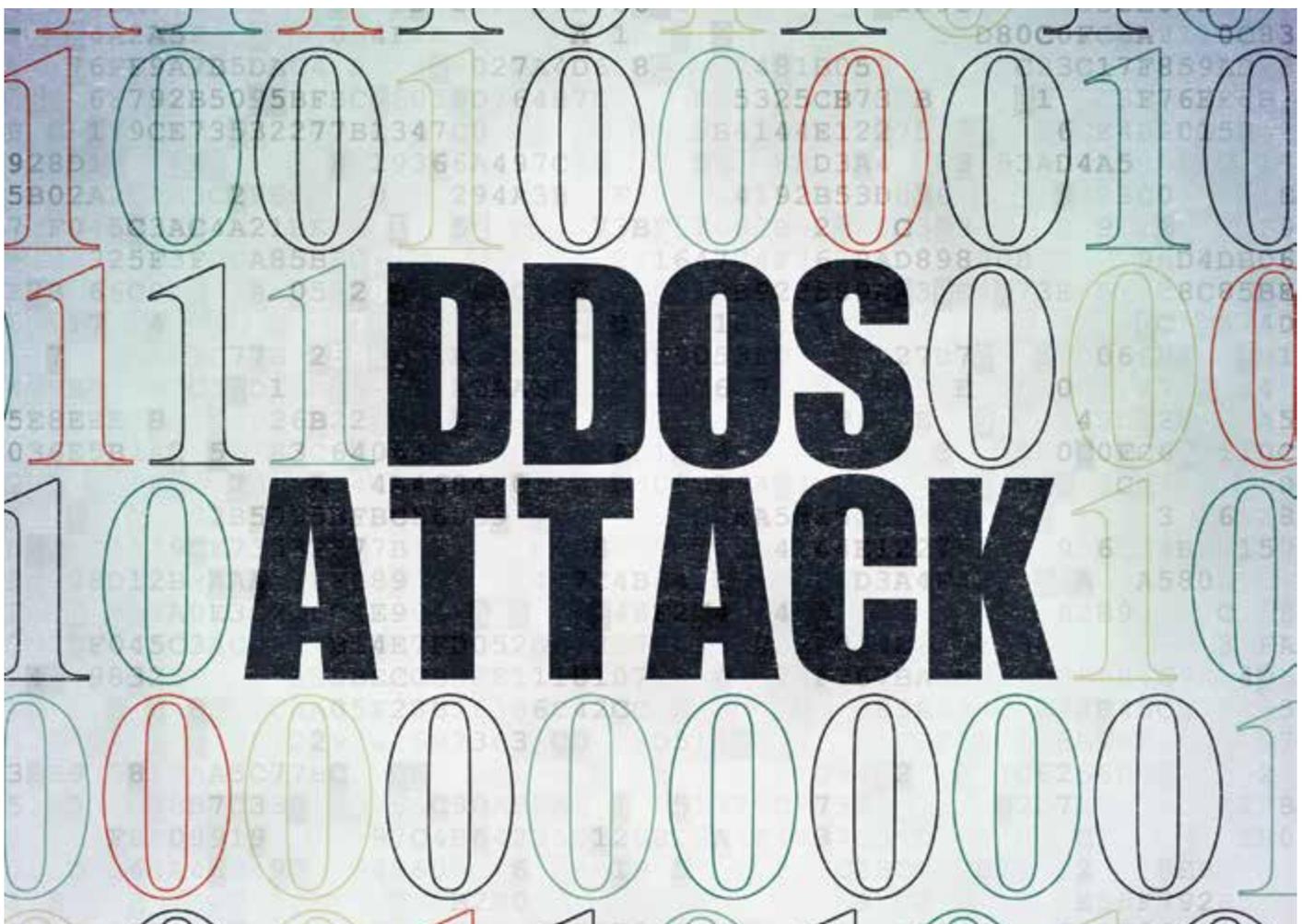
No obstante, estas consecuencias sobre la privacidad de los datos personales ante un ataque DDoS, que ahora no conllevarían responsabilidad si no se accede o pierden los datos personales, cambia con la nueva normativa europea sobre protección de datos que deberá aplicarse en un año y medio. Esta nueva norma europea, que vendrá a sustituir a la actual normativa española sobre protección de datos, establece como una de las exigencias en cuanto a la seguridad de los datos personales la de la disponibilidad, junto a la confidencialidad y la integridad. Entonces no sólo se deberá evitar la pérdida de los

Una ataque DDoS es un ataque distribuido para la denegación de servicio y consiste en saturar un servidor con multitud de peticiones o peticiones erróneas para que éste funcione más despacio o deje de funcionar.

datos y que no accedan a éstos quien no esté autorizado, sino también habrá que asegurar la disponibilidad de estos datos.

Si a partir de ese momento sufrimos un ataque DDoS en donde lo que se produce es una falta de disponibilidad de acceso a la información del servidor atacado, dejando de estar disponibles los datos personales que se estén suministrando a través de un servicio de este servidor (aunque se mantengan éstos íntegros y privados), se estará incumpliendo la obligación de mantener estos datos a disposición de los usuarios.

Por tanto, si hasta ahora para los casos de un ataque DDoS no se incumple ninguna exigencia relativa a la privacidad de los datos si no se vulnera la confidencialidad ni la integridad de los datos personales, con la nueva normativa europea sobre protección de datos, al verse afectada la disponibilidad a estos datos personales por el ataque DDoS, sí será motivo de incumplimiento de las medidas de seguridad, y se tendrá en cuenta la rapidez con la que se consiga facilitar el acceso a los datos restaurando la disponibilidad.





**Sandra Castellà**  
Project Manager del Miba

**miba**  
museu  
d'idees i invents  
de barcelona

# Atreverse a inventar

¿Alguna vez se ha preguntado por qué los niños son tan creativos? Sencillamente porque no tienen que pensar ideas, simplemente las cazan al vuelo y las aceptan sin cuestionarse si son buenas, malas, incorrectas, válidas o inútiles. Desde el Museo de ideas e inventos de Barcelona queremos incentivar esta actitud, no sólo a los niños sino a todos aquellos que lo visiten, sean niños, adolescentes, adultos o *seniors*.

Fundado y dirigido por el inventor **Pep Torres**, el **Miba** es un espacio dedicado a emprendedores, creativos, diseñadores, curiosos, soñadores o incluso aquellos que no saben que tienen ideas esperando salir de sus pensamientos. Todos podemos ser inventores, incluso lo más pequeños que a través del concurso **Mini Miba**, nos explican mensualmente las ingeniosas ideas que rondan por su cabeza.

El **concurso Mini Miba** está dirigido a niños de entre 6 y 12 años y el reto es sencillo: dibujar un invento que solucione un problema de su día a día. Las respuestas son fascinantes y más de una *socialmente incorrecta* como “un robot que me haga los deberes”, y también hay ideas mágicas como la “mochila voladora” o el *greatest hit* de cada edición: “unas gafas con parabrisas”. Otras, en cambio, son espectacularmente



fascinantes como el invento que creó **Greta Estarlich**, una de las ganadoras de la 2ª edición del concurso: **plato con el fondo intercambiable** para motivar al niño a comer su comida. La idea es simple pero brillante. Con la base intercambiable, comer se convierte en un juego para el niño que deseará terminar su comida para saber qué dibujo o súper héroe se esconde en cada ocasión en el fondo. Un segundo invento que nos dejó “alucinados” fue el **Iron Txut** (sí, cada invento tiene su propio nombre), un complemento para los zapatos que los protege cuando los niños salen a jugar al patio. Dos hermanos, **Marc y Ferran Cardelús**, estaban avergonzados de que sus padres tuvieran que comprar zapatos nuevos cada dos semanas y decidieron poner solución por ellos mismos.

Ninguna de estas ideas es mala o buena. De cada una de ellas se puede extrapolar un aprendizaje, la solución a un problema en sí mismo o incluso generar una segunda idea mucho mejor.

Esto es lo que buscamos precisamente en el **Miba**, demostrar que no hay ideas válidas o inválidas. Cualquier persona que se cuestione su entorno, generará ideas, generará soluciones, ayudará a muchos a desatascar dudas, problemas, y esa actitud es la que se puede generar si educamos a las personas a ser

El concurso Mini Miba  
está dirigido a niños  
de entre 6 y 12 años  
y el reto es sencillo:  
dibujar un invento que  
solucione un problema  
de su día a día.

curiosas y a cuestionarse el porqué de todo, como los niños. Después ya viene el segundo paso y probablemente el más complicado: atreverse a llevar a cabo nuestra idea.

Con el concurso **Mini Miba**, patentamos el invento junto a la oficina de patentes **Volart y Pons** y fabricamos el prototipo para los niños. De esta manera queremos educar en el proceso que hay que seguir para ser inventor, pero también demostrar que las ideas son realizables, incluso las de los niños.

Con esta tercera edición, tenemos más de 40 inventos patentados y construidos y con ello, buscamos demostrar la importancia de hacer una idea realidad. No sirve tenerlas anotadas en una libreta. Hay que realizarlas, plasmarlas en una maqueta o prototipo y liberarlas de esa hoja de papel... Los inventos del Mini Miba se han expuesto en Ferias Internacionales de invención en Londres, Croacia y Canadá y si no hubiera existido ese momento de valentía en el que alguien decide explicar su idea y llevarla a cabo, estos niños no hubieran podido vivenciar dicha aventura. Ahora ya saben qué es ser inventor, pero queremos que usted también lo experimente.

Atrévase a inventar, a cuestionarse todo, a compartir sus ideas y recuerden que no hay ideas buenas o malas, sólo las que se hacen y las que no.

## NUESTROS ASOCIADOS



### INFORMACIÓN PERSONAL

- **Lugar de nacimiento:** Zaragoza
- **Aficiones en su tiempo libre:** El cine, la lectura, viajar...
- **Un restaurante de la ciudad en la que reside, que recomendaría al resto de asociados y lugares que deberían visitar si van allí:** Ric 27, en la calle Pedro María Ric, 27, 50008 Zaragoza
- **Escritor preferido y la mejor de sus obras, en su opinión:** No tengo un escritor preferido, he tenido varios. De los más antiguos, Gabriel García Márquez, empecé con Cien Años de Soledad. De los que sigo leyendo cada vez que saca algo nuevo, Andrea Camilleri.

# Mª José Cansado Gracia

Esta veterana compañía, fundada en 1874 en Lucerna (Suiza), es líder mundial en la fabricación, instalación y mantenimiento de ascensores, escaleras mecánicas y rampas móviles. Es una empresa que utiliza la tecnología de SAP en su gestión diaria y su filial española también lo hace desde 1998. Mª José Cansado, su Head of Global Support & Development Center EU/IME, nos cuenta su experiencia con las soluciones SAP.

#### ¿Desde cuándo es su compañía usuaria de SAP? ¿Por qué eligió la compañía SAP como su proveedor de software?

En Schindler España utilizamos las soluciones de SAP desde 1998, aunque en otras compañías del grupo se empleaban ya años antes.

#### ¿Qué soluciones SAP utiliza su compañía y desde cuándo?

SAP es nuestra principal aplicación de soporte al negocio. Utilizamos los principales módulos de SAP: CRM, SD, Customer Service, Material Management, SRM, Finances, Controlling, BW y Warehouse Management, Production Planning, Quality Management, y también SAP SuccessFactors... Los primeros módulos que implantamos fueron los de Finanzas y Logística, mientras que SAP SuccessFactors ha sido el último y se ha implementado globalmente.

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

El objetivo principal era que todas las compañías del grupo Schindler funcionaran con los mismos procesos, soportados por las mismas aplicaciones. Esto se ha conseguido definiendo estos procesos globalmente, implementándolos en un único sistema SAP con un único mandante, e incorporando paulatinamente a las compañías del grupo a este sistema, que internamente llamamos "OSC One Single Client".



### ¿Cuáles son los principales beneficios que han obtenido de esta apuesta por SAP?

SAP es la aplicación principal para soportar los procesos de negocio en Schindler. El principal beneficio es la confianza en poder contar con un partner tecnológico con el que poder avanzar ante todos los cambios que hemos tenido que afrontar, y los que están ya aquí con la transformación digital.

### ¿Qué retos afronta el departamento de TI en 2017 y qué proyectos tecnológicos van a priorizar?

Los principales retos y oportunidades vienen de la transformación digital, y pasan por aumentar la conectividad de nuestros productos, y ser capaces de transformar la información recogida en análisis predictivos, facilitando el trabajo de nuestros técnicos y detectando y resolviendo incidentes antes de que nuestros clientes lo detecten.

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

Somos socios desde hace poco más de un año, desde julio 2015. Fue una gratísima sorpresa para nosotros entrar a formar parte de la familia AUSAPE. Hemos participado en actos multitudinarios como el Fórum, pero también recibimos información detallada sobre temas puntuales. Iniciativas como la posibilidad de visitar el Centro de Soporte de SAP nos abrió otras posibilidades de colaboración que, de otro modo, no hubiéramos tenido.

En todos los casos percibimos el entusiasmo por compartir y colaborar, tanto por parte del personal de AUSAPE (en particular, Roberto Calvo con el que he tenido más contacto, y siempre ha estado disponible para ayudarnos), como por parte de los coordinadores, empresas asociadas y partners.



## DE UN VISTAZO



**Schindler**

#### Nombre de la empresa:

Schindler Group

#### Sede:

Ebikon, cantón de Lucerna, Suiza

#### Sector:

Industria y Servicios

#### Facturación:

en CHF (Francos Suizos),  
9,4 billones en 2015.

#### Número de empleados:

57.000 en marzo de 2016.

#### Web site:

[www.schindler.com](http://www.schindler.com)



**Anxo Pérez**

CEO de 8Belts.com y autor de la colección 88 Peldaños



# A ser inteligentes... se aprende

Si antes de publicar *Los 88 Peldaños del Éxito* me hubieran dicho que lo iban a leer más de 100.000 personas, no lo habría creído. Poder publicar una segunda entrega de la colección 88 Peldaños es un sueño hecho realidad. Hoy estoy seguro de que *La Inteligencia del Éxito* es el texto más poderoso que he creado nunca.

Si *Los 88 Peldaños del Éxito* se ha vendido tan bien, no es por el éxito que yo pueda tener, sino por el efecto tan grande que el libro tiene en las mentes de aquellos que lo leen. Y si hay un motivo por el que me emociona la publicación de *La Inteligencia del Éxito*, es porque considero que su poder es aún mayor.

Había unas preguntas que me obsesionaban desde que publiqué el primer libro: ¿qué tiene en común la gente de mayor éxito?, ¿qué determina el éxito?, ¿por qué a veces triunfamos más y otras menos? Investigué muchísimo hasta dar con las claves que explican esos porqués y que permiten a cualquier persona ser dueña de ellas. *La Inteligencia del Éxito* es un libro único porque es el lugar donde he recogido esas claves.

Este libro lo he escrito para demostrar que todos podemos multiplicar nuestra inteligencia del éxito, independientemente del lugar de donde provengamos, del intelecto con el que partamos, de los reveses que hayamos sufrido o de las veces en que intentaran cortar nuestras alas. ¿Por qué? Porque a ser inteligentes... se aprende.

Sorprende al decirlo en entrevistas y conferencias, pero he trabajado el doble en este libro. Creo que nadie sabrá nunca todo el trabajo que hay detrás. ¿Por qué tanto? Porque quería crear el mejor libro sobre el éxito que se haya escrito. Por supuesto, los únicos jueces de si eso se ha conseguido o no serán los propios lectores, pero yo tenía un compromiso conmigo mismo para dejarme la piel por conseguirlo.

Si *La Inteligencia del Éxito* a tan solo un lector le revoluciona la vida, todo ese esfuerzo habrá valido la pena.

El éxito es como un cisne. El mundo ve la parte que hay sobre el lago. Eso son los premios y el glamour. Pero a mí me interesa la parte trabajadora, la que el mundo no ve. Las patas bajo el lago. Sin ellas, el éxito no es posible. Sin el esfuerzo, el sacrificio y el empeño, los objetivos y sueños se vuelven inalcanzables.

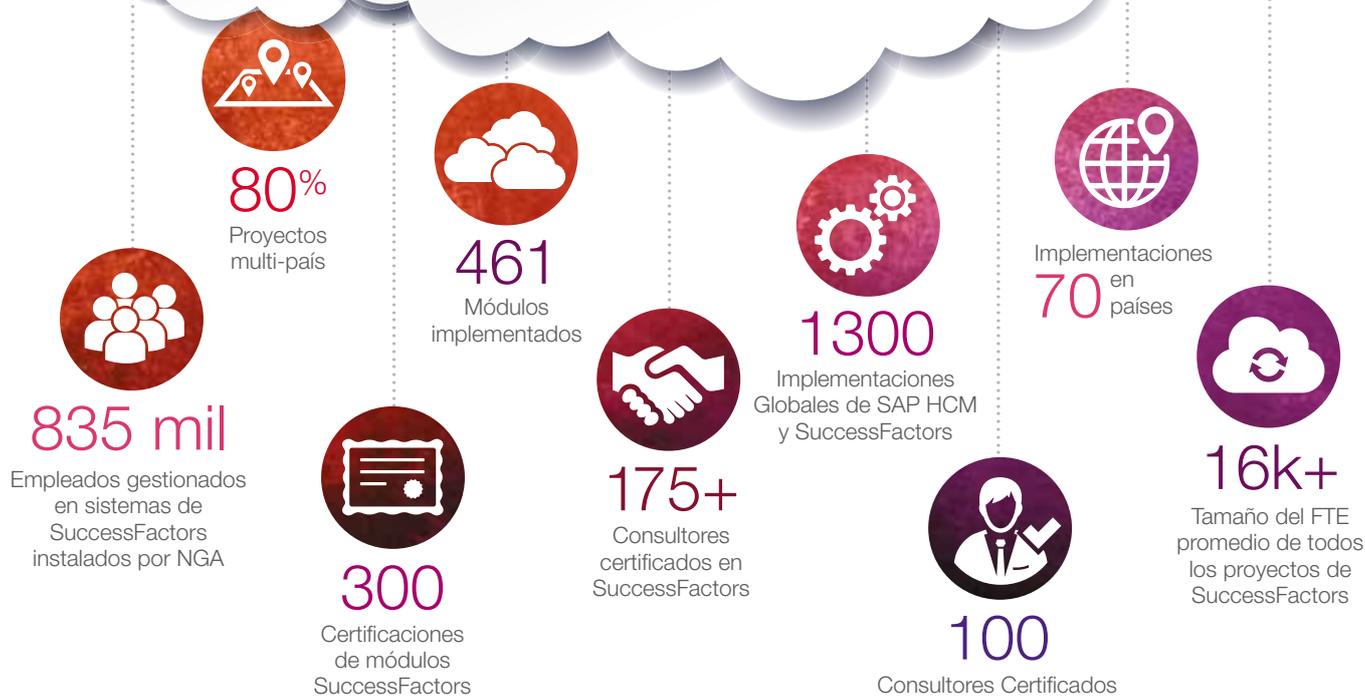
Hay dos grupos de personas: los que hacen el mundo un poquito peor y los que hacen el mundo un poquito mejor. Yo no tengo pretensiones megalómanas. Tan solo busco ser parte de los segundos. Y este nuevo libro de la colección 88 Peldaños es parte de ese empeño.

En todos los discursos de recogida de premios que me han dado, he pronunciado estas palabras: si al final de mis

días solo he conseguido más fama o más dinero, mi vida será un estrepitoso fracaso. Si consigo dejar una huella en el mundo que lo haga un poquito mejor, será un precioso éxito. Con los libros de la colección 88 Peldaños intento que mi vida deje esa huella positiva. Porque mi intención no es cambiar el mundo, sino mejorarlo. Y hacerlo a través de personas que consiguen llegar a sus objetivos es maravilloso. Porque ten por seguro que la brecha que *La Inteligencia del Éxito* creará en tu presente se convertirá en un antes y un después en tu vida... en el 100% de los casos.

# Deposita tu confianza en nosotros y deja que te guiemos por el mundo de los RRHH digitales.

## NGA y SAP SuccessFactors



# Let's Make HR Work — Better

[www.ngahr.com](http://www.ngahr.com)

# ¡digitalízate!



mide tu madurez digital realizando la **encuesta de autodiagnóstico** y participa en el sorteo de una plaza para el programa de formación directiva: **digitalízate! para impulsar tu negocio**, organizado por ESADE y Seidor conjuntamente

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