

AUSAPE

ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE SAP ESPAÑA

Nº 47. Febrero 2017

AUSAPE celebra una Asamblea multitudinaria y entrega el donativo anual a Oxfam Intermón



EN ESTE NÚMERO

Entrevista con João Carvalho

Director de Soluciones y Desarrollo de Negocio de SAP España

Grupos a Fondo

Delegación de Canarias
Nuevos Grupos de Trabajo inician actividad

La trastienda

Carlos Fuertes, de Vallformosa



Tecnocom

Proyectando juntos el futuro

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

DESARROLLO E IMPLANTACIÓN DE SOLUCIONES FINANCIERAS Y ANALÍTICAS:

- S/4 HANA Simple finance: Las nuevas finanzas en el ERP de SAP.
- Tesorería básica y SAP Treasury and Risk Management.
- Gestión avanzada del cobro con Dispute and Collections Management.
- Gestión de facturas de proveedor con SAP Vendor Invoice Management.
- Reporting analítico y cuadros de mando para la dirección financiera.
- Gestión del rendimiento financiero: Planificación y consolidación con SAP BPC.
- Internacionalización: Equipos locales de SAP en Perú, Chile y México.



Consultoría | Tecnología | Outsourcing
www.tecnocom.es

Para más información póngase en contacto con nosotros en info@tecnocom.es



Corazón de María, 6 - 1º
Oficinas 1 y 2. 28002 Madrid
Tel: +34 915195094
Fax: +34 915195285

Consejo Editorial

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



Xavier Ballart

Presidente de AUSAPE en representación de Codorníu

2017, año de retos y oportunidades para AUSAPE

Estimado Asociado,

Acabamos de celebrar la XXIII Asamblea General, un evento que sirve para hacer una profunda revisión del estado de la Asociación, su gestión, y realizar –entre todos– una planificación del actual ejercicio que esté alineada con nuestros objetivos estratégicos.

La Asamblea nos ha dejado una foto-fija del estado de AUSAPE al término de 2016, un año en el que hemos conseguido importantes logros en términos cuantitativos y cualitativos. Por citar algunos, alcanzamos una nueva cifra de empresas asociadas, 471, y la organización del Fórum el pasado junio fue un éxito, con la asistencia récord de 696 profesionales que no se han querido perder nuestra cita.

Hay más datos que nos permiten confirmar el buen ritmo al que progresamos, como las 65 reuniones organizadas por nuestros Grupos de Trabajo y Delegaciones en las que participaron a lo largo del año cerca de 2.600 personas.

Aunque las cifras son relevantes, no podemos obviar otros elementos que definen claramente nuestra evolución, en línea con lo establecido en el Plan Estratégico. A nadie se le escapa el esfuerzo realizado para ampliar nuestros servicios en 2016, lo que ha dado como resultado una completa oferta que aúna el valor que ya ofrecíamos con nuevas acciones pensadas para dar cobertura a las necesidades de los Asociados. En este punto, destacan la creación de

nuevos Grupos de Trabajo, la consolidación de las Delegaciones o el éxito de nuevas iniciativas como la organización, conjuntamente con SAP, de las visitas al Centro de Soporte Global SAP de Madrid, los SAP Day o el Localization Day.

Es también tiempo para planificar y, en este sentido, nuestra apuesta será seguir creciendo en empresas asociadas y servicios que les den valor, así como reforzar nuestro posicionamiento de marca.

En el interior de la revista, encontraréis un especial sobre lo ocurrido en la Asamblea General, con un amplio resumen de todo lo acontecido en el evento, el informe de gestión de 2016, el plan de acción para 2017, y una recapitulación de dos presentaciones importantes y que son buena muestra de la nueva línea de servicios de AUSAPE: una actualización de todo lo que sabemos sobre SII, un gran reto para todos nosotros en 2017, y la encuesta AUSAPE de satisfacción del cliente con sus relaciones con SAP y AUSAPE, encargada por la Asociación a Penteco.

Este ejemplar dedica buena parte del espacio a la Asamblea, pero también hay hueco para hacer un repaso de los principales temas de actualidad, entrevistas y artículos en profundidad para trasladar una visión de las principales novedades que se han producido en el ecosistema SAP.

En mi nombre y en el del resto la Junta Directiva, esperamos que la disfrutéis.



Nuestros colaboradores habituales

HELMAR RODRÍGUEZ

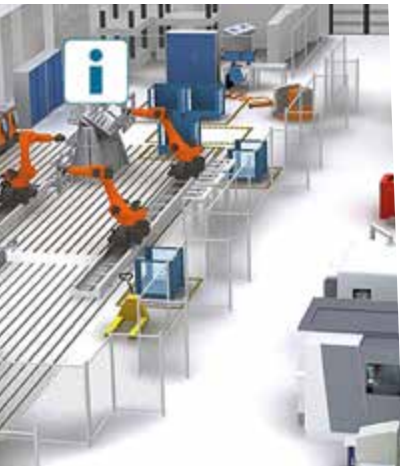
Design Thinker. Con una formación que combina el enfoque empresarial con una fuerte base humanista, imparte seminarios de desarrollo personal, comunicación, liderazgo y oratoria en España, Portugal y Latinoamérica. Le puedes encontrar en nuestra sección 'Virus de la Mente' y también en: www.virusdelamente.blogspot.com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

IGNACIO GONZÁLEZ GARCÍA

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

GONZALO M. FLECHOSO

Licenciado en derecho y Auditor Cisa (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



DESTACAMOS A ...	03
NOTICIAS	04
ANÁLISIS	10
Las cinco tendencias tecnológicas de 2017	
LOCALIZATION DAY	12
El primer Localization Day en España consigue una asistencia de 130 personas	
XXIII ASAMBLEA GENERAL DE AUSAPE	16
XXIII Asamblea General: un momento para revisar el pasado y mirar hacia el futuro	
Hoja de ruta para 2017	
Networking	
Encuesta AUSAPE de satisfacción del usuario, con la Asociación y con SAP	
El Suministro Inmediato de Información irrumpe en la Asamblea General	
ENTREVISTA	30
João Carvalho, Director de Soluciones y Desarrollo de Negocio de SAP España	
AUSAPE GLOBAL / GLOBAL AUSAPE	33
Yasushi Suzuka, Presidente del Grupo de Usuarios de SAP en Japón (JSUG) / <i>Chairman, Japan SAP User Group (JSUG).</i>	
Miembro de la Junta de Auditoría y Supervisión de Japan Airlines Co., Ltd. / <i>Audit & Supervisory Board Member at Japan Airlines Co., Ltd.</i>	
EN PROFUNDIDAD	36
Industria 4.0 y su impacto en las empresas	
La digitalización del mundo industrial con SAP	
Reflexiones sobre Blockchain	
¿Está preparado para digitalizar este 2017?	
PANS GRANIER confió a Tecnomcom la implantación de SAP EHP sobre HANA	
GRUPOS A FONDO	46
La Delegación de Canarias entra en su undécimo año de actividad	
Los Grupos de Trabajo y las Delegaciones nos desvelan sus planes para 2017	
Nuevos Grupos de Trabajo de AUSAPE: SAP SuccessFactors y SAP HANA	
Los Grupos de AUSAPE retoman su actividad	
EL VIRUS DE LA MENTE	50
El hombre que conocía el infinito. Námaste.	
RINCÓN LEGAL	52
Privacidad en el Compliance	
LA TRASTIENDA	54
Carlos Fuertes, Director de Organización y Sistemas de Información (CDO) & Change Manager (Interim) en Vallformosa	
FIRMA INVITADA	56
A ser inteligentes... se aprende	



XXIII ASAMBLEA GENERAL DE AUSAPE (pág. 16)

Un momento para revisar el pasado y mirar hacia el futuro

LOCALIZATION DAY (pág. 12)

El primer Localization Day en España consigue una asistencia de 130 personas



ENTREVISTA (pág. 30)

João Carvalho, Director de Soluciones y Desarrollo de Negocio de SAP España



AUSAPE GLOBAL / GLOBAL AUSAPE (pág. 33)

Yasushi Suzuka, Presidente del Grupo de Usuarios de SAP en Japón (JSUG) / *Chairman, Japan SAP User Group (JSUG)*. Miembro de la Junta de Auditoría y Supervisión de Japan Airlines Co., Ltd. / *Audit & Supervisory Board Member at Japan Airlines Co., Ltd.*



LA TRASTIENDA (pág. 54)

Carlos Fuertes,
Director de Organización y Sistemas de Información (CDO) & Change Manager (Interim) en Vallformosa

FIRMA INVITADA (pág 56)

José María Azcárate, Socio de Strategy Big Data
www.strategybigdata.com



La Asociación entrega su donativo anual a Oxfam Intermón



Durante la Asamblea General, los miembros de la Junta Directiva entregaron el donativo de este año a Oxfam Intermón una ONGD (Organización No Gubernamental para el Desarrollo) que centra sus esfuerzos en desarrollo, acción humanitaria, comercio justo y sensibilización, con el objetivo de erradicar la injusticia y la pobreza.

Con acciones en 90 países, su trabajo gira en torno a seis objetivos de cambio:

1. El derecho de las personas a ser escuchadas: reivindicar el derecho a una vida digna.
2. Promover la justicia de género.
3. Salvar vidas, ahora y en el futuro.
4. Sistemas alimentarios sostenibles.
5. Un reparto justo de los recursos naturales.
6. Financiación del desarrollo y servicios sociales básicos y universales.

Con el donativo, AUSAPE da continuidad a sus acciones de Responsabilidad Social Corporativa, y contribuye al desarrollo de alguno de los proyectos que la ONGD lleva a cabo en torno a estos objetivos.

TRAILWALKER, INICIATIVA PARA EMPRESAS SOLIDARIAS

Laura León Colombo, del equipo de Alianzas Estratégicas de la ONGD, estuvo con nosotros en la Asamblea General y propuso a las empresas que participen en reto Trailwalker, un gran reto deportivo y solidario, consistente en recorrer 100 kilómetros a pie en equipos de cuatro personas.

Según explicó, para las empresas representa una excelente herramienta de teambuilding, cohesiona al equipo y motiva a la

plantilla, ya que es un reto común para toda la empresa. Cada equipo debe conseguir recaudar un mínimo de 1.500 euros (en la última edición la media fue de 2.005 euros), con la ayuda de amigos y compañeros, a través de diversos actos y acciones, para destinarlos a la lucha contra la pobreza.





Oxfam Intermón te propone 100 km en equipo contra la pobreza

La ONGD ha convocado la séptima edición del Oxfam Intermón Trailwalker en Girona (abril), Euskadi (mayo) y Madrid (junio), una iniciativa en la que participaron 596 equipos en Girona y Madrid, que consiguieron un millón de euros contra la pobreza.

Trailwalker es una experiencia que combinada deporte, equipo y solidaridad, organizada por Oxfam Intermón para conseguir donativos contra la desigualdad y, con ella, los participantes forman parte del movimiento global Oxfam contra la pobreza y la injusticia.

Desde la primera edición en nuestro país en 2011, ya han participado en el Oxfam Intermón Trailwalker 2.400 equipos que han conseguido más de 4,5 millones de euros para los proyectos contra la pobreza que lleva a cabo la organización.

Con los fondos recaudados Oxfam Intermón realiza, entre otros, proyectos para garantizar el acceso al agua potable, un reto importante puesto que 748 millones de personas no tienen acceso a agua limpia. Cada año mueren 1,5 millones de niños y niñas por enfermedades asociadas con la falta de acceso y mala calidad de este recurso, y miles de mujeres y niñas caminan hasta 6 horas cada día para ir a buscar agua, lo que les pone más trabas a la hora de acceder a la educación o mejorar los ingresos de sus familias. No podemos olvidar tampoco los conflictos armados o desastres naturales que obligan a miles de personas a recorrer cientos de kilómetros hasta llegar a los campos de refugiados, donde necesitan agua y saneamiento para sobrevivir y prevenir enfermedades. En definitiva, la falta de acceso al agua potable hace que millones de personas vivan en la pobreza.

Con el Trailwalker los participantes consiguen donativos con los que Oxfam Intermón acerca esa

agua para que más personas puedan tener una vida digna. Por ello, anima a vivir en equipo esta experiencia solidaria y deportiva única, y a compartirla con los amigos, con este objetivo: caminar o correr 100km por una buena causa y vivir una experiencia increíble en muy buena compañía.

Trailwalker consiste en que equipos de cuatro personas recorren a pie 100 kilómetros en menos de 32 horas. La experiencia de caminar o correr en equipo es uno de los puntos fuertes del Trailwalker. Además, cada equipo se compromete a recaudar donativos entre amigos y familiares para los proyectos de acceso al agua de Oxfam Intermón. Además, dos personas les asisten en coche a lo largo del recorrido completan el equipo.

Esta iniciativa se celebra a nivel internacional desde 1986. En total, han participado en alguna edición más de 50.000 equipos en todo el mundo que, entre todos, han recaudado 140 millones de dólares para los diferentes programas de Oxfam. Actualmente el Trailwalker se celebra en 11 países: Hong Kong, Australia (4 ediciones), Gran Bretaña (2 ediciones), Nueva Zelanda, Bélgica, Japón, Alemania, Francia, Irlanda e India (2 ediciones). España, con un crono de 9 horas y 07 minutos, ostenta el récord deportivo.

A lo largo de 2017, se organizarán tres en nuestro país: la séptima edición en Girona (1 y 2 de abril), primera edición en Euskadi (20 y 21 de mayo) y cuarta en Madrid (3 y 4 de junio).

trailwalker.oxfamintermon.org/es
www.facebook.com/oxfamintermontrailwalker
 @OITrailwalker
 902 330 331
infotrailwalker@oxfamintermon.org

AUSAPE se volcará en el nuevo sistema de gestión del IVA en el primer tramo del año



El nuevo sistema de gestión del IVA basado en el Suministro Intermediario de Información (SII) a la Agencia Tributaria tendrá un gran protagonismo en las actividades de AUSAPE en el primer tramo del año, dada la relevancia e impacto que tendrán en las empresas y sus Departamentos de Finanzas.

El SII establece un plazo general de cuatro días para la remisión electrónica de la información desde la fecha de expedición de la factura, o desde que se produzca su registro contable (excluidos sábados, domingos y festivos nacionales). No es un tema baladí y, además, afecta a un gran colectivo de empresas formado por 62.000 (los inscritos en REDEME, las grandes empresas y los grupos de IVA) que representan, aproximadamente, el 80 por 100 de la facturación empresarial del país.

Sara Antuñano, de Eroski y Coordinadora del Grupo Financiero, y Victoria Golobart, responsable de las relaciones SAP-AUSAPE y miembro del equipo de SAP Globalization Services, serán las encargadas de liderar los esfuerzos de la Asociación para conseguir que los sistemas de las empresas asociadas estén preparados para la fecha de entrada en vigor del SII: 1 de julio de 2017.

El nuevo sistema que propone la AEAT para gestionar el IVA ya ha sido objeto de varias sesiones organizadas a través del Grupo Financiero como, por ejemplo, las organizadas durante el Locali-

zation Day (ver página 12), la Asamblea General (ver página 27), otras reuniones presenciales celebradas en Madrid y Barcelona a mediados de febrero, etc.

Estas sesiones han sido el punto de partida y han servido para contextualizar el reto y facilitar la información disponible por parte de la Agencia Tributaria y SAP, de forma que los Asociados puedan empezar a definir su plan de acción de cara a cumplir con los plazos de la normativa.

El día 2 de marzo habrá una sesión sobre el tema en la Delegación de Andalucía y, a lo largo de estos meses, se celebrará también una jornada presencial en Valencia, así como diversas sesiones online para mantener a todas las empresas informadas. Además, dentro del SAP Jam de AUSAPE se habilitará un espacio dedicado a SII, que aglutinará toda la información sobre el tema para los Asociados de Pleno Derecho. No obstante, toda la documentación seguirá llegando a todos los Asociados por los canales habituales.

Desde el punto de vista de comunicación, la Asociación también intermediará las posibles dudas de las empresas asociadas y también se hará un esfuerzo para informar las novedades que se produzcan en este tema a través de nuestras publicaciones, por lo que la revista incluirá especiales y los boletines mensuales incluirán noticias a medida que avancen los trabajos.



an **NTT DATA** Company

¿CÓMO EVERIS Y LAS SOLUCIONES DE SAP ME PERMITEN EVOLUCIONAR A INDUSTRIA 4.0?

SOMOS LA RESPUESTA.

Tendrás muchas preguntas de cómo **everis puede incorporar soluciones SAP en sectores industriales complejos**. Por ejemplo:

¿Cómo puedo **integrar máquinas** de una línea de producción y que sea una **extensión a mi ERP**?

¿Cómo **integrar la información de la operación en planta** con la de los procesos de backoffice?
¿Qué información debo almacenar y dónde?

¿Cómo puedo **saber si la evolución a Industria 4.0 supone un impacto positivo** en la operación y el mantenimiento de mis activos?

Para todas las preguntas sobre Industria 4.0 **tenemos una respuesta**. De hecho, contamos con "la" respuesta que estás buscando. **Lo único que tienes que hacer es ponerte en contacto con nosotros.**

attitude makes the difference

Consulting, IT & Outsourcing Professional Services



SAP España celebra la reunión anual con sus partners

La compañía reunió el día 25 de enero a sus socios de negocio en la que premió a los partners que han destacado en 2016 por su volumen de ventas y su compromiso con la innovación.

Ha sido una reunión en la que se repasaron los resultados del año pasado de la compañía, calificados como “excelentes” por Cathy Daum, Senior VP de SAP Global Channel & General Business. “Estamos creciendo por encima del mercado y aumentando en cuota de mercado. Es una buena noticia para todos y quiero agradecer vuestra contribución para lograrlo”, señaló.

Para este año, la estrategia de la firma se centrará en Cloud, General Business, S/4HANA y la consecución de nuevos clientes.

En el evento la compañía ha reconocido a Seidor como el VAR con mayor volumen de ventas en licencias nuevas totales y una mención especial por haber recibido en EMEA el premio al partner que más ha contribuido a generar nuevos clientes, y a

SCL como el que ha registrado un mayor crecimiento en el volumen total de ventas en licencias nuevas.

En Cloud ha premiado el compromiso de Seidor por haber conseguido el mayor volumen de suscripciones y a Birchman por el mayor crecimiento en volumen de suscripciones en soluciones Cloud.

Además, ha reconocido a Techedge por la excelencia operativa, y a Deloitte en materia de innovación por la iniciativa mostrada con la solución CEC Hybris en el sector hotelero.

En el área de SAP BusinessOne, ha reconocido a los partners por su rendimiento en diferentes aspectos: Mayor Volumen de Ventas, a MSS Seidor; Mayor Crecimiento de Ventas, a Hanami8; Mayor Innovación Tecnológica para Business One, a Gabinet de Software; y Mayor Número de New Names, a MSS Seidor.

Tecnocom presenta su unidad de negocio para la transformación digital

Se llama MINDx (acrónimo de Mobility, IoT, aNalytics, Data y eXperience) y aglutina un completo portafolio de soluciones para impulsar la transformación digital de los sectores productivos, que “se hace necesaria para alinear las empresas a las demandas de una sociedad más móvil, más conectada, más analítica, más omnicanal y más exigente”, dice la compañía.

La oferta de la unidad cubre las áreas de Movilidad, Internet de las Cosas, Analítica, Datos y Experiencia de Usuario.

La firma estima que los proyectos asociados a la transformación Digital generaron más del 10% del total de ingresos en 2016.

Disponible ya en España SAP Digital CRM

Esta solución Cloud de gestión de las relaciones con el cliente (CRM) está disponible en España a través de la SAP Store. Está diseñada para satisfacer las necesidades individuales y de equipos pequeños, pero con capacidades de escala empresarial a nivel de ventas, servicio al cliente y automatización de campañas de marketing sencillas.

Incluye funciones de email marketing para incrementar la productividad y las capacidades previstas de ventas, y también proporciona acceso a un servicio de asistencia a través de redes sociales por medio de Twitter, que permite la colaboración online y responder a las preguntas que se les plantean a los usuarios de la solución en la operativa real. Tiene también una función de ayuda interactiva.

Nuevos Asociados

En este número damos la bienvenida a:



ARSYS INTERNET
Servicios de Internet, Hosting y Cloud
www.arsys.es



BACARDÍ
Fabricación y distribución de bebidas
www.bacardi.com



BIDA FARMA
Distribución de Productos Farmacéuticos
www.bidafarma.es



CAFÉS BAQUÉ
Comercialización de café y otros productos
www.baque.com



CONSERVAS ISABEL
Conservas de pescado
www.isabel.net



CRISTIAN LAY
Grupo de empresas de gestión industrial
www.clgrupointustrial.com



DINOSOL SUPERMERCADOS
Distribución
www.hiperdino.es



DUFREY
Retail
www.worlddutyfreegroup.com



ESTRELLA GALICIA
Fabricación y distribución de bebidas
www.estrellagalicia.es



GRUPO CACAOLAT
Alimentación
www.cacaolat.es



IMAGINA MEDIA AUDIOVISUAL
Comunicación, Prensa, Audiovisual, Editorial
www.mediapro.es



L'ORÉAL ESPAÑA
Gran Consumo
www.loreal.es



LIDL
Distribución
www.lidl.es



MAKITO
Artículos promocionales
www.makito.es



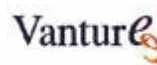
SANLÚCAR FRUIT
Comercialización de frutas y verduras
www.sanlucar.com



SNOP ESTAMPACIÓN
Automoción
www.snop.eu



UNIVERSIDAD PÚBLICA DE NAVARRA
Educación
www.unavarra.es



VANTURE CORPORATE
Consultoría informática
www.sii-group.es/es/vanture_e

en breve

Meliá Hotels International firma un acuerdo estratégico con SAP para gestionar su negocio desde la nube privada. Esta alianza, firmada por un período de cinco años, y que incluye SAP HANA Enterprise Cloud, se enmarca dentro de la estrategia de transformación digital y de renovación del entorno tecnológico de Meliá y representa un paso adelante en la colaboración entre ambas compañías, que data ya de hace 16 años.

SAP sigue creciendo en Cloud, según revelan sus resultados preliminares del año fiscal 2016. La compañía ha generado unos ingresos IRFS en esta área de 2.993 millones de euros, que suponen ya un 14 por ciento del total de la facturación, que ascendió a 22.062 millones de euros (ingresos IRFS). S/4HANA ERP, que se lanzó en febrero de 2015, se duplicó también durante 2016 hasta 5.400 clientes.



José Luis Pérez
Director de Innovación y Producto en Penteo

Penteco
Analista TIC

Las cinco tendencias tecnológicas de 2017

Una investigación realizada por Penteco identifica las tendencias TI que mayor impacto tendrán en las organizaciones en 2017. Los CIOs encuestados destacan Big data - Analytics como la tendencia tecnológica que más cambiará y hará evolucionar su empresa en este año.

Con la llegada del nuevo año, Penteco ha sondeado a la empresa española para conocer cuáles son las áreas tecnológicas que marcarán el rumbo del mercado en 2017. El objetivo de la investigación es conocer las tendencias TI con implantación incipiente que serán más relevantes en este próximo año. Para ello, se han considerado los niveles de consumo previsto, casos de uso y aplicación, así como factibilidad y capacidad de implementación. La encuesta se ha realizado a CIOs y responsables tecnológicos de empresas españolas, mayoritariamente de compañías de más de 500 empleados. En este artículo ofrecemos algunos de los datos más relevantes de esta investigación, recogida dentro del informe "Tendencias IT 2017" publicado por Penteco en enero de 2017.

PRINCIPALES TENDENCIAS TI EN EL 2017

En el contexto actual de cambio continuo, y enmarcadas dentro de la mega-tendencia de transformación digital, los CIOs destacan mayoritariamente cinco tecnologías todavía no implantadas en sus empresas como las principales a impulsar en el 2017: Big Data - Analytics, ciberseguridad, inteligencia artificial, robótica y cloud.

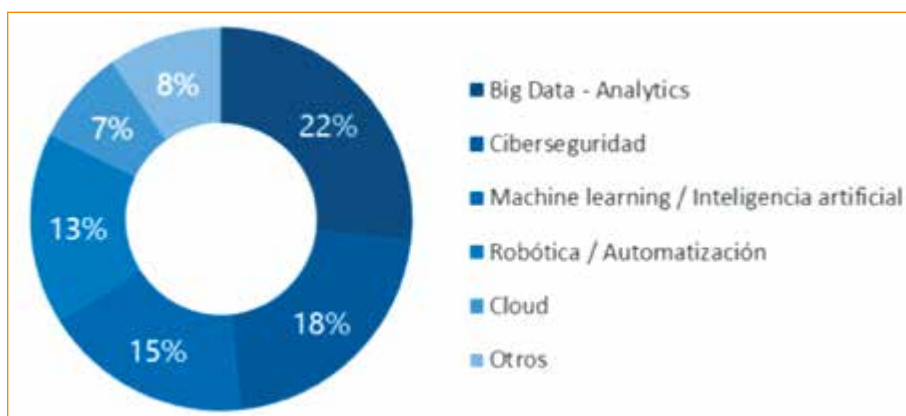


Figura 1. Tendencias tecnológicas identificadas. Fuente: Penteco

Además de estas cinco tendencias principales, las empresas encuestadas identifican también otras soluciones concretas y más específicas, como los sistemas SCM (Supply Chain Management), soluciones de colaboración e e-learning o soluciones para mejorar el "customer engagement".

EL VALOR DE LOS DATOS

Big data - Analytics es el área que, según los CIOs encuestados, mayor impacto tendrá en sus organizaciones en el 2017. El reto es convertir los datos en un elemento de valor para generar ventajas competitivas, a pesar de que los responsables TI todavía tienen bastante desconocimiento sobre este tipo de soluciones y cómo pueden aportar valor a la empresa.

En los próximos meses, se espera que las compañías acometan proyectos de estas características, especialmente con el objetivo de ampliar su base de clientes.

Sin embargo, es un ámbito que aún cuenta con escasos profesionales preparados y los CIOs destacan la falta de talento o equipo como una de las principales debilidades para acometer estas iniciativas. El científico de datos es el perfil más buscado, y la selección de profesionales preparados se complica por la necesidad de conjugar conocimiento técnico con conocimiento de negocio.

A pesar de las dificultades, los casos de uso de Big Data - Analytics son extensos, y continuarán creciendo a lo largo del 2017.

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL HORIZONTE

El informe de Penteco recoge también el análisis detallado de las otras tendencias mencionadas, incluyendo el impacto esperado al implementar cada una de las iniciativas, las debilidades para acometerlas,



consideraciones para su adopción y casos de uso por sectores.

En ciberseguridad, las empresas presentan una creciente vulnerabilidad, aunque su impacto no se percibe de un modo directo. A pesar de eso, las organizaciones son conscientes de que deben mejorar este ámbito, y en 2017 las inversiones en ciberseguridad crecerán un 150%.

En cuanto a la tercera tendencia más relevante, vinculada a la inteligencia artificial y machine learning, tendrá impacto a medio plazo (2018-2020). Es un ámbito todavía muy desconocido, por lo que falta que la organización comprenda la aportación tangible que puede hacer a negocio y dote a los proyectos del presupuesto necesario.

La conclusión general es que la necesidad de transformación digital de las compañías es la que determina qué tendencias tecnológicas tendrán mayor impacto en las empresas españolas. Y aunque las cinco tendencias tecnológicas destacadas presentan diferentes grados de adopción, todas disponen de casos de uso reales en diferentes sectores que pueden servir para orientar nuevas implantaciones.

Disponer de un plan de transformación digital alineado con el plan estratégico empresarial, debe guiar el programa de proyectos a acometer.

Sector	Caso de Uso
Finanzas y Seguros	Mejorar las decisiones de riesgo, perfilado real del cliente, detección y prevención del fraude en tiempo real
Sector Público	Inteligencia para contrarrestar las amenazas nacionales, gestión inteligente del tráfico, monitorización del medio ambiente, gestión de energía y residuos
Salud	Seguimiento de tratamientos, Información en tiempo real del paciente, mediante dispositivos médicos y wearables, perfilado médico del paciente
Telecom	Planificación y optimización de la capacidad de la red, planificación de inversión de red, detección de fallos y fraudes, monetización de los datos análisis de órdenes de activación
Utilities	Planificación y optimización de la capacidad de la red, planificación de inversión de red, previsiones meteorológicas para predicción de demanda, facturación en tiempo real
Manufacturing	Previsión de la demanda y análisis operacional, optimización de la cadena de suministro, seguimiento de defecto, gestión y seguimiento de la garantía
Distribución y Retail	Seguimiento y optimización de las operaciones logísticas, análisis de los patrones y proclividad a la compra en tiempo real, análisis de sentimiento, mejora de la segmentación y perfilado de cliente, fidelización del consumidor

Figura 2. Usos más habituales de Big Data – Analytics por sector. Fuente: Penteo



UN EVENTO ORGANIZADO POR AUSAPE Y SAP

El primer Localization Day en España consigue una asistencia de 130 personas

El Localization Day, organizado conjuntamente por AUSAPE y SAP, reunió en Madrid a 130 personas, interesadas en conocer la estrategia del proveedor en esta área y cómo pueden extraer ventajas para sus empresas del trabajo realizado por el equipo de Servicios de Globalización.

Éste ha sido el primer evento que se organiza en España sobre Localización en SAP, y en él participaron un nutrido grupo de expertos en Servicios de Globalización (Globalization Services), necesarios ante el continuo avance de la digitalización y una economía más global, con empresas cada vez más internacionalizadas, como explicó Xavier Ballart, Presidente de AUSAPE, durante la inauguración de la jornada.

Abordar estos retos es complejo, ya que implica desde cambios culturales en las organizaciones, a innovación en los procesos en aras de conseguir más agilidad, la apertura hacia modelos digitales y también internacionalización, un punto sin retorno para no pocas empresas. “Los Departamentos de Tecnología estamos dando soporte a muchas de las iniciativas de nuestras compañías, que dependen en gran medida de los sistemas SAP para conducir sus procesos y dar cobertura a las necesidades de las líneas de negocio. Con la internacionalización y el avance hacia un mundo digital de servicios, la Localización cobra hoy

mayor relevancia si cabe, y es una necesidad común para todos los que estamos aquí”, subrayó.

Por su parte, Jorge Pérez, Director de Business Analytics & Insights de SAP España, puso de relieve los esfuerzos de SAP en varios aspectos estratégicos, entre ellos conseguir que el software sea palanca de negocio y hacerlo sobre una plataforma que permita a las empresas evolucionar hacia modelos digitales, así como garantizar que sus clientes cumplan con los parámetros legales en los 130 países en los que la compañía opera.

Los expertos internacionales de SAP hicieron un repaso de su portfolio de idiomas y servicios de Localización, que están evolucionando con el objetivo de “facilitar la transformación digital de las organizaciones”, explicó Sabrina Kunze, Directora del área de Localization Product Management para EMEA/DACH.

Con la economía digital como nuevo paradigma, destacó que los esfuerzos de SAP para que sus productos On-Premise y Cloud permitan a los clientes cumplir con las regulaciones locales, tra-

bajar con las distintas monedas y disponer de las soluciones en distintos idiomas. En el caso de EMEA, gran parte del trabajo de los Servicios de Globalización está dedicado a la adaptación a los distintos cambios normativos que se producen en cada país.

Y son prueba de ello SAP Localization Hub y Statutory Reporting Framework (SRF), según Ralph Vincourek, del grupo de SAP Globalization Service Management. El primero proporciona ofertas de localización e idiomas como soluciones consumibles independientes en la nube pública, lo que ayuda a los clientes a hacer frente a la creciente complejidad de la rápida evolución de las regulaciones y de la globalización; y el segundo es un servicio planificado, que ofrece un único marco para todos los informes fiscales con una interfaz uniforme de SAP Fiori.

El evento también sirvió para presentar SAP Translation Hub (STH), un servicio SAP HANA Cloud Platform que ayuda traducir las interfaces de usuario y permite reutilizar las traducciones precisas, actualizadas y consistentes. Patrick Huy y Hans Ramsel, de SAP Globalization Strategic Innovations.

CUATRO SESIONES PARALELAS, CON UNA ESPECÍFICA SOBRE EL NUEVO SISTEMA DE GESTIÓN DEL IVA

Se organizaron cuatro sesiones paralelas sobre SAP SuccessFactors Employee Central, SAP eDocument Framework, Concur Travel & Expenses y FIN Localization.

SAP SuccessFactors Employee Central

El sistema de Administración de Personal, pensado para que las empresas puedan definir y redefinir su estrategia de gestión del talento, es una de las soluciones clave en la estrategia de SAP en esta área.

Hector Puyol, miembro del equipo español de SAP Globalization Product Management, destacó que esta solución tiene una auténtica cobertura global, al estar disponible en 42 idiomas. La aplicación, que es multimonedada, está siendo ya utilizada por clientes en más de 177 países y permite el uso por parte de múltiples usuarios y países de forma simultánea.

Desde el punto Localización, permite configurar los campos y reglas de negocio específicas de país, y se integra con sistemas de proveedores locales y con las agencias de impuestos. En la actualidad SAP Employee Central está localizado por 79 países, mientras que Employee Central Payroll está disponible para 38.

SAP eDocument Framework

Ésta es la solución de SAP para que las empresas puedan cumplir con las regulaciones locales que exigen a las compañías el uso de documentos electrónicos en su relación con la Administración.

Esta solución, como explicó Rafael Carvajal, del equipo de SAP Globalization Product Management acompañado por personal del Departamento Financiero de SAP España, da cobertura a la generación, firma y envío de facturas electrónicas a las Administraciones Públicas y al posterior seguimiento de su estado.

Concur Travel & Expenses

De la mano de Luis Felipe Lanz, Arquitecto de Soluciones Digitales y SAP Mentor, los asistentes recibieron una visión de SAP Concur Travel & Expenses, la solución de SAP que permite gestionar fácilmente y de forma digital los viajes y los gastos corporativos.





Con un diseño intuitivo al igual que si usase una aplicación y a la vez tan robusto como su ERP, es un servicio que se ofrece en la nube y en tiempo real. Concur Travel & Expenses está disponible con versiones para 28 países y en 22 idiomas.

FIN Localization

Esta última acaparó gran interés debido a las novedades anunciadas el pasado 2 de diciembre al respecto del nuevo sistema de gestión del IVA basado en el Suministro Inmediato de Información a la AEAT, que tendrá un importante impacto y supondrá un reto para la localización de FI en España y que obligará, en sus primeros pasos, a profundizar en temas como, por ejemplo, cómo se genera la información, con qué cadencia y dónde.

La sesión contó con Rufino de la Rosa, director del Departamento de Gestión de la Agencia Tributaria, para explicar qué

implica el Real Decreto 596/2016 de 2 de diciembre, que tiene como objetivo modernizar, mejorar e impulsar el uso de medios electrónicos en la gestión del IVA.

El colectivo que va a ser incluido obligatoriamente en el SII está integrado por todos aquellos sujetos pasivos cuya obligación de autoliquidar el IVA sea mensual. Este colectivo está integrado por unos 62.000 contribuyentes (los inscritos en REDEME, las grandes empresas y los grupos de IVA) que representan, aproximadamente, el 80 por 100 de la facturación empresarial del país.

La presentación completa de Rufino de la Rosa está disponible en el perfil de YouTube de AUSAPE (<http://bit.ly/2kdZduK>).

El resto de presentaciones están disponibles para Asociados en la web de AUSAPE (<http://bit.ly/2kpaGGX>).

Iniciativas estratégicas AUSAPE

Durante la clausura de la jornada, José Ignacio Santillana destacó que “todos nos llevamos una visión lo suficientemente amplia de cómo aprovechar los servicios de Localización mejor en nuestras empresas”.

El Localization Day ha sido el último evento organizado por AUSAPE en 2016, “y cierra un año en el que a nuestra actividad habitual con eventos como el Fórum o las sesiones de nuestros Grupos de Trabajo, se han sumado otros como la Jornada sobre estrategia y tecnología en un mundo globalizado, organizada en Barcelona y a la que asistieron 60 directivos; e iniciativas como los SAP Day a las que

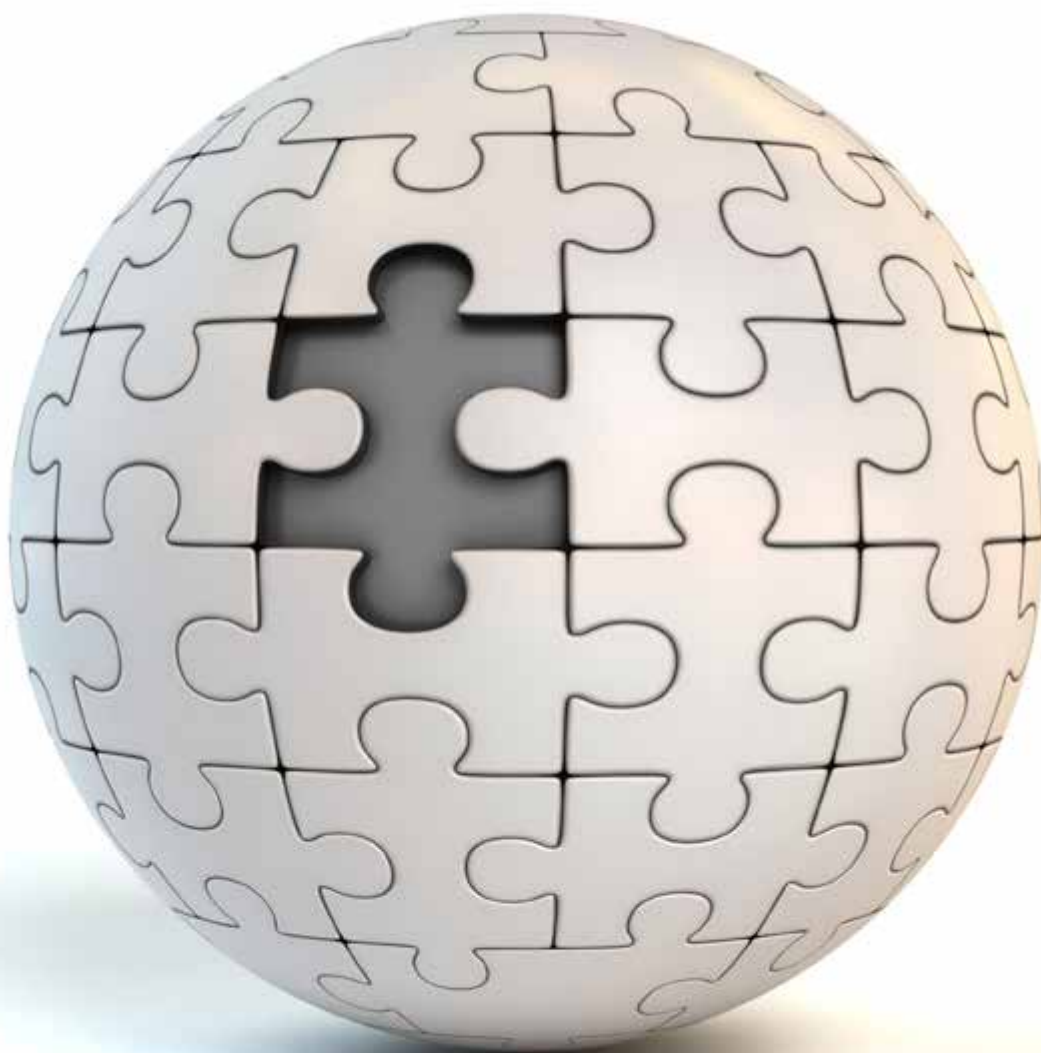
acudieron 95 profesionales de empresas asociadas en las distintas Delegaciones, y las Visitas al Centro de Soporte Global de SAP en Madrid, que realizaron en torno a 90 empresas”, recordó.

Estas nuevas iniciativas están en línea con el Plan Estratégico 2015-2017 que pone el énfasis en ofrecer más y mejores servicios al Asociado, y en crear un entorno de colaboración influyente que contribuya a que nuestras empresas sean más competitivas. “Estamos trabajando ya en las actividades de 2017, que se irán anunciando y desarrollando en los próximos meses”, concluyó el directivo.



¡ASÓCIATE!

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



XXIII Asamblea General: un momento para revisar el pasado y mirar hacia el futuro

La Asociación celebró el pasado 26 de enero su XXIII Asamblea General. La cita anual fue el escenario en el que se aprobaron los presupuestos para 2016, y se expuso el informe de gestión de la Junta Directiva, muy marcado por el despliegue del Plan Estratégico.



El Presidente de AUSAPE en representación de Codorníu, Xavier Ballart, abrió el turno de intervenciones de la cita realizando un breve repaso de los avances realizados en el despliegue del Plan Estratégico 2015-2017, que ha marcado buena parte de actividad de la Asociación a lo largo de 2016.

El Plan, que establece unos ambiciosos objetivos tanto en crecimiento de empresas asociadas como en el desarrollo de acciones y servicios que ofrezcan más valor, se compone de cuatro planes operativos (de actividades, de captación y fidelización de los Asociados, de Comunicación, y de soporte y oficina), de los que se derivan diferentes acciones. Durante su intervención, Ballart puso el énfasis en algunas de las nuevas acciones llevadas a cabo en cada uno de ellos, lo que evidencia el buen ritmo al que se está desplegando.

Así, por ejemplo, mencionó tres nuevas acciones que se han realizado en los últimos doce meses dentro del plan operativo de actividades y que han sido un éxito para la Asociación: la sesión magistral para directivos organizada en Barcelona, las visitas al Centro de Soporte SAP de Madrid y la celebración del SAP Localization Day, estas dos últimas en colaboración con SAP.

Dentro del plan de captación y fidelización de Asociados, el Presidente de AUSAPE resaltó las 50 nuevas altas producidas a lo largo del año pasado, fruto tanto de la ampliación de los servicios ofrecidos como de las nuevas acciones de promoción emprendidas para dar a conocer la Asociación.

En lo que respecta a soporte y oficina, destacó la implantación de SAP Jam como herramienta colaborativa y la colaboración en

el ámbito de bases de datos entre SAP y AUSAPE y, por último, en lo que se refiere a comunicación, se sigue reforzando la actividad institucional, potenciando las redes sociales y las publicaciones propias, como la revista, los boletines y el Quién es Quién, que recoge anualmente la información relevante de los Asociados Especiales.

Todo ello ha dado como resultado que 2016 haya sido un año récord en nuevas empresas asociadas, situándose las nuevas incorporaciones en 50 frente a tan sólo 16 bajas. Al final, se ha producido un crecimiento neto de 34 Asociados, de forma que a 31 de diciembre de 2016, AUSAPE contaba con 471 empresas asociadas (382 Asociados de Pleno Derecho y 89 Asociados Especiales).

GRUPOS DE TRABAJO Y DELEGACIONES

De la mano de Jordi Castells, de Grupo Torres, llegó el repaso de la actividad de los Grupos de Trabajo y Delegaciones, de las que dijo que “son los principales activos de la Asociación”, y reconoció el esfuerzo de los Coordinadores y Delegados que los lideran.

En este capítulo, que se ha mantenido en los ratios de 2015, el año se ha saldado con 75 reuniones, en las que han participado 2.563 profesionales. De ellas, un 33 por ciento fueron online, que suponen ya el 48 por ciento de la asistencia, y el resto presenciales. AUSAPE también ha dado soporte a más de 300 reuniones de SAP y sus socios de negocio.

La Asociación también puso en marcha en 2016 tres Grupos de Trabajo: Industria 4.0, Movilidad y SAP Fiori, y Logistics & Retail, a los que suman ahora SAP SuccessFactors y SAP HANA.





Jordi Castells también remarcó la relevancia de la celebración de la Jornada de Coordinadores y Delegados, que este año llegó a su segunda edición en septiembre y que tiene como cometido la puesta en común de ideas de mejora para la Asociación, planificar las reuniones de 2017 y organizar acciones que se están llevando a cabo.

LOS EVENTOS EN 2016

El Fórum se celebró por tercera vez en Zaragoza los días 8 y 9 de junio. Los datos de la última edición muestran un evento consolidado como referencia en el entorno SAP y en el sector TIC, puesto que reunió a 696 profesionales, cifra que supone un crecimiento del 11% y que fija un nuevo récord histórico. Muy centrado en la transformación digital y con el ex Presidente mexicano Vicente Fox como uno de los ponentes magistrales, Jordi Castells resaltó las novedades de la última convocatoria, entre ellas más tiempo para networking y la colaboración con ASPACIDE.

De la mano del vocal de Grupos de Trabajo y Delegaciones también llegó el análisis de las nuevas iniciativas puestas en marcha en 2016. Las visitas al Centro de Soporte SAP (GSC, en sus siglas inglesas) se cerraron con la asistencia de 88 personas de 80 empresas diferentes. Esta ha sido una iniciativa conjunta de SAP

La Asociación también puso en marcha en 2016 tres Grupos de Trabajo: Industria 4.0, Movilidad y SAP Fiori, y Logistics & Retail, a los que suman ahora SAP SuccessFactors y SAP HANA.

y AUSAPE, a la que SAP contribuye con el catering y AUSAPE con la mitad del coste del desplazamiento.

También se han celebrado los SAP Day en las Delegaciones de Madrid, Levante, Andalucía, Cataluña y Canarias, con el objetivo de ofrecer una visión de algunas de las soluciones más recientes de la compañía. A estas jornadas asistieron 95 profesionales de 46 empresas.

Asimismo, por primera vez, AUSAPE, con la colaboración de Seidor e IESE Business School, organizó una sesión magistral sobre transformación digital en febrero. Titulada “¿Cómo conectar con un mundo globalizado aplicando estrategia y tecnología?”, reunió a 60 directivos de nivel C. Ese mismo mes se llevó a cabo el workshop exclusivo para Asociados de AUSAPE sobre SAP

Fiori y Experiencia de Usuario (UX), que registró una asistencia de 24 personas y que contó con varios expertos de la sede alemana de SAP.

Y, como colofón a un año prolífico en convocatorias, en diciembre tuvo lugar el Localization Day, una jornada conjunta fruto de la colaboración de SAP y AUSAPE, a la que asistieron 130 profesionales.

La Asociación también participó en eventos de terceros, como el SAP Forum y el evento anual de CIONET España.

INTERLOCUCIÓN CON SAP Y ACTIVIDAD INSTITUCIONAL

La Junta Directiva dejó patente que 2016 ha sido un año de colaboración con SAP, fruto de la interlocución positiva entre ambas entidades. En este apartado se han seguido manteniendo las reuniones con la dirección de SAP y sesiones telefónicas regulares con su Departamento de Marketing.

El resultado es que la compañía ha dado soporte a los Grupos de Trabajo, sus expertos han participado en el Fórum y con artículos en la revista AUSAPE, se han organizado sesiones de transformación digital, y la Asociación ha podido trasladar información sobre Localización de México, Portugal y Brasil, por ejemplo. AUSAPE también ha participado como jurado en los SAP Quality Awards de Iberia en 2016.

La implicación de SAP se ha materializado, además, en la implementación de SAP Jam como herramienta social y colaborativa, disponible desde cualquier dispositivo, en cualquier momento y desde cualquier lugar. Podrán acceder a la herramienta 500 usuarios de empresas de pleno derecho asociadas y se creará un apartado en SAP Jam para cada Grupo de Trabajo, para la Junta Directiva y para el personal de la oficina.

La Junta Directiva dejó patente que 2016 ha sido un año de colaboración con SAP, fruto de la interlocución positiva entre ambas entidades.

Por otro lado, la Asociación ha firmado acuerdos de colaboración en 2016 con SAP y con 8Belts. El primero es el documento que establece el marco de relaciones entre la multinacional y AUSAPE, mientras que el segundo fija descuentos especiales para los Asociados en el aprendizaje del chino y el inglés a través de los cursos online que ofrece esta compañía.

INTERNACIONAL Y COMUNICACIÓN

Por su parte, Óscar Soler, Vocal de Internacional y miembro de la Junta Directiva en representación de la Universidad Complutense de Madrid, explicó que AUSAPE participó en 2016

en todos los eventos clave organizados por SUGEN (la Red Ejecutiva de Grupos de Usuarios de SAP) y también en las calls de AUSIA (la Asociación Iberoamericana de Grupos de Usuarios de SAP). En ambos foros ha tenido un papel muy activo.

AUSAPE también ha seguido estrechando lazos con otras Asociaciones, y ha asistido a los eventos clave de GUSP (el Grupo de Usuarios portugués), que celebró su primer Congreso anual en Coímbra, y de USF (la Asociación francesa), que reunió a sus Asociados en Nancy.



2016 fue también un año positivo en términos de comunicación. En este ámbito se ha seguido una estrategia continuista con respecto a años anteriores, profundizando en la idea de realizar acciones integrales y coherentes en tres vertientes: comunicación externa (acciones con medias); comunicación interna (información para Asociados) y redes sociales.

En comunicación externa, se han lanzado 7 notas de prensa que ha permitido que crezcamos un 3,3% en cobertura mediática, incluso con una acción menos que en 2015, año en el que organizamos una rueda de prensa para dar a conocer el plan estratégico y la nueva identidad corporativa. Además, para el Fórum se invitó a periodistas de medios tecnológicos y a la prensa local de Zaragoza, lo que permitió profundizar en las relaciones con medias y aumentar la repercusión del evento.

En comunicación interna, se han sacado adelante todas las publicaciones AUSAPE: 6 revistas, el Quién es Quién, la memoria corporativa, 12 boletines online de noticias y más de 50 boletines semanales de convocatorias. Con todos ellos, que se van renovando, consideramos que tenemos bien cubiertos el apartado de comunicación a Asociados.

En redes sociales, ha sido un año en el que nuestras comunidades han crecido. En Twitter se han conseguido 430 nuevos seguidores; en LinkedIn, 3.592 nuevos contactos. Estos datos nos han permitido consolidar crecimientos de un 24 y un 24,4% en las dos redes sociales que son clave para AUSAPE.

No obstante, también han crecido las visitas a YouTube (un 40%) y a Flickr (un 20%).

Todas las presentaciones están ya disponibles en la web de AUSAPE, sólo para Asociados.



Hoja de ruta para 2017

AUSAPE centrará sus esfuerzos en 2017 en seguir desplegando el Plan Estratégico, con acciones pensadas para que todos los planes operativos, que forman parte de éste, avancen.

Los próximos meses serán clave en el despliegue del Plan Estratégico 2015-2017. Por tanto, la intención de la Junta Directiva, como explicó José Ignacio Santillana, de Ayuntamiento de Barcelona, es profundizar en algunos de los puntos clave de cada plan operativo dando continuidad a las acciones que se han venido llevando a cabo, al mismo tiempo que se ponen en marcha otras que permitirán avanzar en los objetivos de la Asociación.

PLAN DE ACTIVIDADES

En este ámbito se seguirán impulsando acciones como potenciar los casos de éxito y el intercambio de experiencias con clientes, además de continuar con la política de reactivación de los Grupos de Trabajo. Asimismo, se potenciará la creación de otros nuevos, alineando el porfolio con la configuración de la oferta de SAP.

Se establecerán acciones también encaminadas a dinamizar los workshops con expertos y se pondrá foco en la organización de sesiones magistrales, centradas en ahondar en tendencias tecnológicas y de mercado, que puedan ofrecer a las empresas una visión amplia de cara a tomar decisiones en el futuro.

PLAN DE CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE LOS ASOCIADOS

La Asociación ya ha puesto en marcha iniciativas pensadas para fomentar el networking entre las empresas asociadas y para ampliar los servicios que ofrece, que tendrán continuidad este ejercicio, pero también se están diseñando otras dentro del gran objetivo de llegar este año a la cifra de 500 Asociados.

PLAN DE COMUNICACIÓN

AUSAPE seguirá impulsando la comunicación en todas las facetas (interna, externa y a través de redes sociales), así como los acuerdos y alianzas con terceros. Desde el área de Comunicación también se tratará de impulsar la creación de una Delegación que aglutine la zona Norte y Galicia.

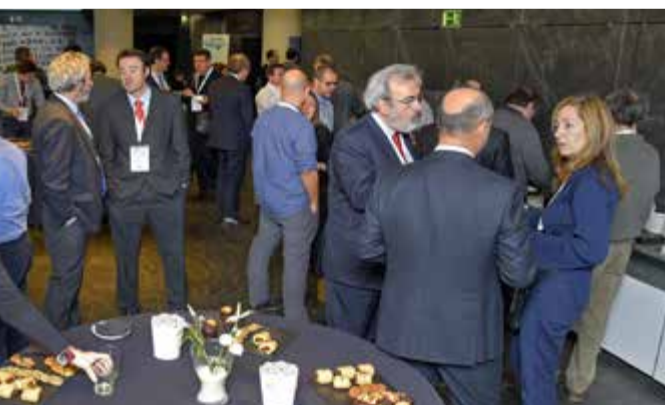
No obstante, acciones clave en esta área serán el desarrollo de la nueva web de la Asociación y un vídeo corporativo.

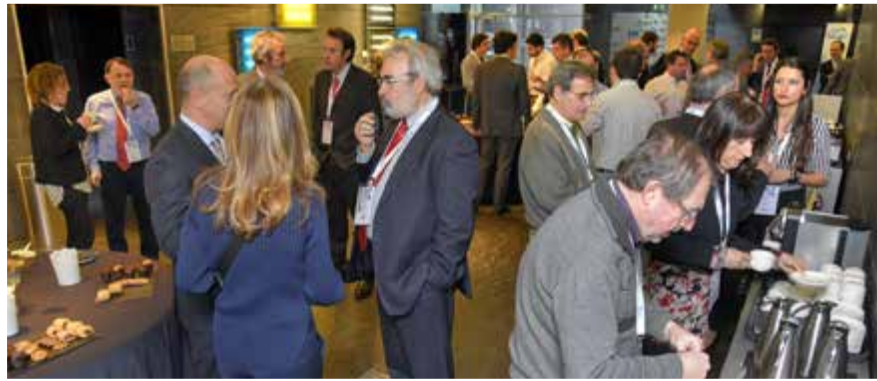
PLAN DE SOPORTE Y OFICINA

En esta área figuran dos iniciativas de calado. Por una parte, sentar las bases para una nueva estructura de oficina, dotándola de más recursos y, por otra, digitalizar todos los archivos para conseguir una mayor optimización de los procesos.



XXIII Asambléa General de AUSAPE







Encuesta AUSAPE de satisfacción del usuario, con la Asociación y con SAP

AUSAPE ha querido profundizar en las expectativas, valoraciones y sugerencias de las empresas asociadas para poder diseñar acciones que ofrezcan el valor que el Asociado demanda y que puede ofrecer AUSAPE. Al mismo tiempo, ha tomado el pulso a las deficiencias y áreas de mejora en el ámbito de su relación con SAP y con la propia Asociación. He aquí los resultados de la encuesta encargada a Penteo en el marco del Plan Estratégico.

El análisis de Penteo está basado en las respuestas de 265 Asociados, que representan al 68 por ciento de las empresas que forman parte de AUSAPE en la categoría de Asociados de Pleno Derecho. Como explicó José Luis Pérez, Director de Análisis de Penteo, los participantes en el estudio pertenecen en su mayoría a medianas y grandes empresa, un 70%, y de ellos el 51% son de empresas de entre 1.000 y más de 3.000 trabajadores. Por sectores, predominan las respuestas de empresas del sector Industria, Servicios, Utilities e Infraestructuras, Distribución, Servicios y Food & Beverage, pero también han respondido representantes de empresas de verticales como Telco, Sector Público o Banca y Seguros.

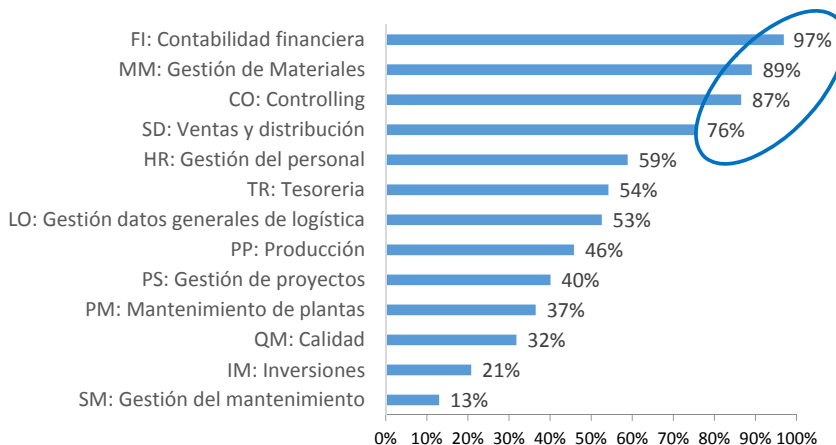
Tras analizar las respuestas la firma de investigación subraya que los Asociados de AUSAPE son clientes de SAP desde hace años. De hecho, el 87 por ciento de los encuestados confirma que su empresa emplea SAP desde hace más de cinco años, y sólo un 7 por ciento de los encuestados es cliente de la compañía desde hace menos de tres años, mientras que otro 7 por ciento utiliza sus soluciones desde hace tres o cinco años.

En lo que respecta a los módulos del sistema ERP más implantados, los resultados indican que los clientes suelen construir la base de su stack de soluciones a partir de los módulos FI-CO y MM y que, independientemente de los que se tienen contratados, el

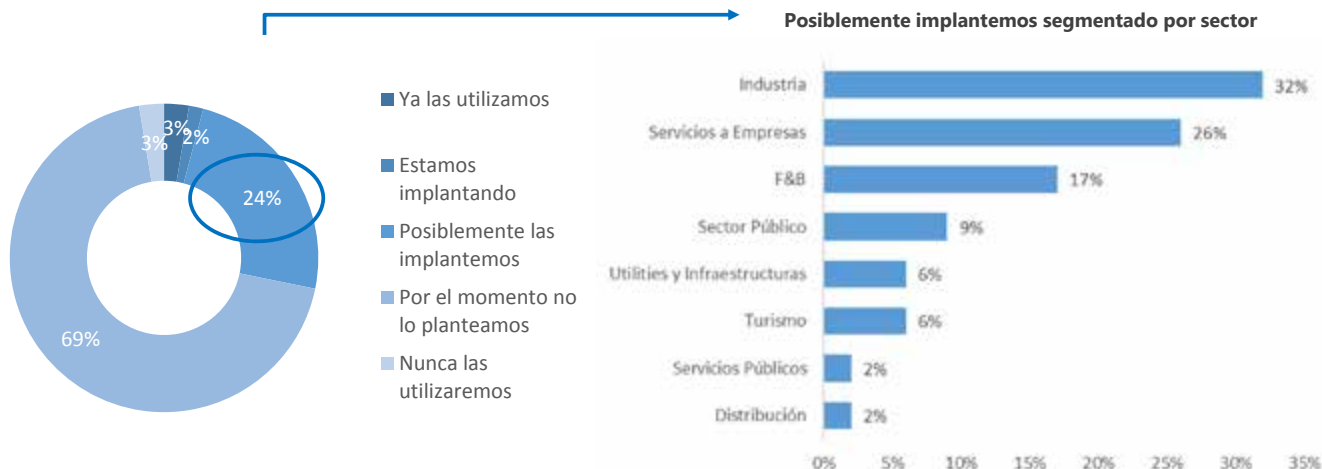
97% de los usuarios de SAP tienen al menos el de Finanzas. Además, según el Director de Análisis, “se aprecia que FI, MM, CO y SD forman el grupo de módulos de implantación generalizada, transversales en todos los sectores, así como que algunas de las compañías que no disponen de FI, tienen HR implementado”.

Penteo detecta también que las soluciones sectoriales no tienen una gran penetración, y una marcada transversalidad de la suite en los procesos de negocio comunes a todos los sectores. No obstante, el Sector Público es una excepción, ya que el 31,7 por ciento de las empresas encuestadas de este ramo disponen de una solución vertical, seguidas de las de Cuidado de la Salud (17,1 por ciento), Industria Automotriz (12,2 por ciento) y Petróleo y Gas (12,2 por ciento).

Módulos más implantados



Uso de soluciones HANA Cloud



Aparte del sistema ERP, las soluciones más empleadas por los clientes españoles son SAP BusinessObjects Planning and Consolidation (un 51 por ciento) y otras soluciones como SAP CRM (en torno al 20 por ciento), SAP BW (más de un 15 por ciento) y SAP BI (casi un 15%). Destaca también que un 17,1 por ciento de ellas tienen ya SAP SuccessFactors. Sin embargo, la encuesta revela que otras, como SAP Ariba, SAP Concur o SAP Hybris cuentan todavía con una presencia testimonial. Además, SAP Business One está presente en un 17 por ciento de las organizaciones encuestadas, en todos los casos con una antigüedad de más de cinco años. En este caso, el 60% de las empresas que declaran tenerla, tienen menos de 500 millones de euros de facturación.

SOLUCIONES CLAVE

A tenor de las encuestas, la consultora asegura que SAP HANA Cloud (ahora SAP Cloud Platform en la nomenclatura de SAP) es todavía una solución con poco uso en el mercado español, con un 3 por ciento de las compañías participantes que lo tienen implantado y un 2 por ciento que lo están haciendo. No obstante, hay un 24 por ciento que afirma que posiblemente realizará la implementación (un 36 por ciento de ellas con ingresos brutos superiores a 500 millones

de euros) y, en este punto, los sectores más proclives a su uso son Industria, Servicios a Empresas y Food & Beverage.

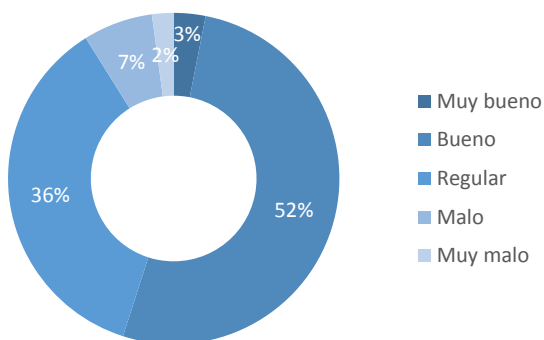
“El aspecto más positivo percibido de SAP HANA Cloud es la seguridad, mientras que el más negativo es el coste de integración tanto con las soluciones SAP como con otras soluciones que ya tiene la compañía. Además, según los encuestados, la claridad de la oferta es mejorable”, indicó José Luis Pérez.

El nivel de adopción de SAP HANA, aun siendo bajo, es mayor al de SAP HANA Cloud, destacando también su implantación en Industria (30 por ciento), Servicios (22 por ciento) y Food & Beverage (22 por ciento), seguidos de lejos por Utilities e Infraestructuras (7 por ciento).

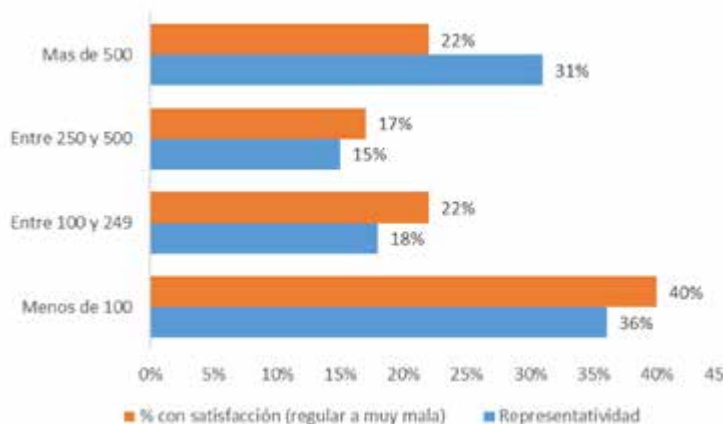
En lo que se refiere a SAP S/4HANA, su nivel de implantación es similar SAP Cloud Platform, con un 2 por ciento de las empresas que lo están utilizando ya y un 3 por ciento que están desplegando la solución. No obstante, hay un 34% de organizaciones que se están planteando su uso, entre las que destacan un 41 por ciento de las del sector Industria; un 26 por ciento de las compañías de Servicios a Empresas, y un 17 por ciento de entidades que operan en Food & Beverage. Respecto a su principal fortaleza, según los encuestados, es su seguridad, mientras que vuelven a identificar como problema el coste de integración con otros productos.

Valoración del servicio que presta SAP

Nivel personal de valoración de los asociados del servicio prestado por SAP



Valoración segmentada según ingresos brutos en España



GRADO DE SATISFACCIÓN CON SAP

El nivel de satisfacción con SAP es muy alto (el 93% tiene esta como mínimo bastante satisfecho). “Junto a la longevidad en el tiempo que se tiene implantada en la mayoría de los casos, es una muestra de su madurez como solución”, afirma Penteco.

Entre el 7 por ciento que se muestran insatisfechos (Poco o Nada), un 77 por ciento utiliza las soluciones desde hace más de cinco años, mientras en la franja de entre uno y tres años de uso hay un 15 por ciento de descontentos, y entre los que emplean las soluciones desde hace tres-cinco años, hay un 8 por ciento.

Sin embargo, en lo que respecta a la relación de los Asociados con SAP, en general éstos sienten que es la tradicional de cliente-proveedor, pero de poca co-creación o partnership. Sólo un 17 por ciento la califican de relación entre socios.

VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS

El 52 por ciento de los Asociados valoran los servicios de SAP positivamente, aunque hay un 45 por ciento que lo percibe como regular

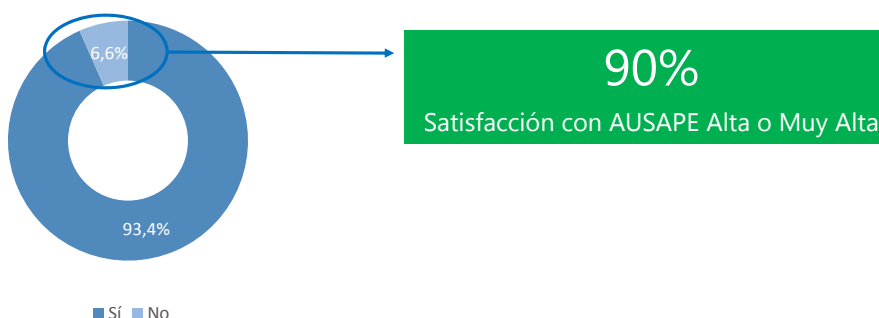
o malo. Este porcentaje es mayor entre las compañías que tienen menos de 3.000 empleados. El aspecto más valorado de SAP es la eficacia de los procesos de negocio cubiertos por sus soluciones, y el peor tiene que ver con su implantación, debido al tiempo y complejidad. El posible ahorro generado no es un aspecto significativo en la mayoría de los casos. Creen que es posible abandonar la plataforma, pero en un largo periodo de tiempo y/o a un coste muy elevado.

Un 92 por ciento de las empresas encuestadas cuentan con integradores externos, y su nivel de satisfacción es moderadamente alto. Hay pocas empresas insatisfechas, lo que evidencia un mercado muy maduro.

Los datos de la encuesta de Penteco están a disposición de todos los Asociados en la siguiente dirección:
<http://bit.ly/2ItJk3P>

RELACIÓN CON AUSAPE

Necesidad de existencia de asociación de usuarios



En un 93 por ciento también están bastante o muy satisfechos con los grandes eventos de AUSAPE y lo valoran muy positivamente.

Los encuestados quieren que AUSAPE se centre en ser un foro de información, que tenga una orientación más técnica que de negocio y que las interacciones sean más digitales, así como que una mayor implicación por parte de los Asociados. El número de actividades presenciales parece ya adecuado, concluye Penteco.

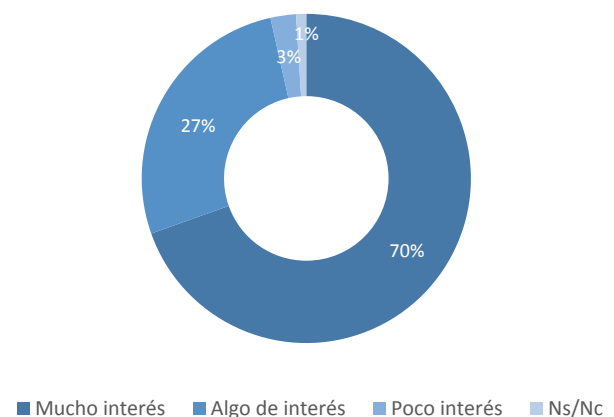
El 93,4 por ciento de los Asociados creen que AUSAPE es necesaria, y en el caso de las empresas que no lo ven así, llevan trabajando con sistemas SAP más de cinco años y tienen un alto grado de satisfacción con la compañía.

AUSAPE es una fuente de consejo complementaria a otras para las empresas asociadas, si bien no es la principal ni la primera en ser consultada.

Un 73 por ciento de los Asociados han asistido a los eventos de la Asociación, y los que no lo han hecho suelen ser mayoritariamente la falta de tiempo (58 por ciento) o la distancia (en torno al 10 por ciento). Éste suele ser el caso de empresas situadas lejos de los núcleos de Madrid o Barcelona.

El 97 por ciento muestra interés en seguir siendo miembro, lo que muestra una fidelidad muy elevada. Además, en líneas generales se valora de forma positiva su rol de representación con SAP, y la percepción de los Asociados es que la eficacia con la relación Asociados-SAP es suficientemente alta. También destaca la valoración que se hace como facilitador de la comunicación con SAP y el intercambio de información y experiencias. En el polo opuesto, uno de los puntos de mejora es su influencia en el roadmap de SAP.

Grado de interés en continuar siendo miembro de AUSAPE





El Suministro Inmediato de Información irrumpe en la Asamblea General

El nuevo sistema de gestión del IVA, que obligará a las empresas a suministrar la información de sus transacciones comerciales en tiempo real, tuvo protagonismo en la Asamblea General. Es un tema de gran calado que preocupa a la totalidad de las empresas asociadas.

El 1 de julio de 2017 un total de 62.000 empresas deberán tener adaptados sus procedimientos y sistemas para poder dar respuesta a los requerimientos de la AEAT en materia de gestión del IVA basado, como su nombre indica, en el Suministro Inmediato de Información (SII).

El nuevo sistema entrará en vigor ese día pero tendrá, además, efecto retroactivo, es decir, las organizaciones tendrán la obligación de enviar los libros del primer semestre del año entre el 1 de julio y el 31 de diciembre de 2017.

A partir de entonces, las empresas tendrán que remitir el detalle de registro de las facturas, tanto expedidas como recibidas, en cuatro días naturales a partir de la fecha de expedición o de registro contable, respectivamente. No obstante, durante 2017 el periodo de presentación de los datos será, excepcionalmente, de ocho días.

En el caso de las importaciones, tendrán también cuatro días hábiles desde la fecha del documento de aduanas. Del cómputo de plazo sólo se excluirán los sábados y domingos, además de los festivos nacionales.

Acompañada por Sara Antuñano, que coordina el Grupo Financiero de AUSAPE en representación de Eroski, Victoria Golobart, miembro del equipo de Localización para España de SAP Globalization Services y responsable de las relaciones SAP-AUSAPE, explicó que el SII obliga a las compañías a llevar los Libros Registro a través de la Sede Electrónica de la Agencia Tributaria, y no se trata de remitir las facturas propiamente dichas, sino los elementos esenciales de las facturas expedidas o recibidas (*Ver imagen 1*).

Dentro de la desestabilización que puede causar la entrada en vigor de este nuevo sistema, también incorporará algunas ventajas, que fueron mencionadas en la sesión: la ampliación a 10 días del plazo para las autoliquidaciones del IVA y la simplificación de algunas obligaciones, al eliminarse los Modelos 347 (información de terceros), 340 (operaciones de libros registro) y 390 (resumen anual del IVA) y los Libros registros de IVA.

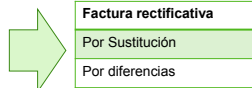
Además, como esta información será contrastada por la AEAT, las empresas obtendrán una visión rápida de los registros de facturación.

Elementos “esenciales” de la factura

(Imagen 1)

Facturas Expedidas	Facturas recibidas
Operaciones régimen Común	Operaciones régimen Común
REBU, objetos de arte, antigüedades...	Operaciones por las que los Empresarios satisfacen compensaciones REAGYP
Régimen especial oro de inversión	REBU, objetos de arte, antigüedades...
Régimen especial Agencias de viaje (solo Agencias de viaje)	Régimen especial oro de inversión
Régimen especial grupo de entidades de IVA	Régimen especial Agencias de viaje (solo Agencias de viaje)
Régimen especial grupo de entidades de IVA (Nivel Avanzado)	Régimen especial grupo de entidades de IVA
Régimen especial criterio de caja	Régimen especial grupo de entidades de IVA (Nivel Avanzado)
Operaciones sujetas IPSI / IGIC	Régimen especial criterio de caja
Facturación de las prestaciones de servicio de agencias de viaje... (Solo agencias de viaje)	Operaciones sujetas IPSI / IGIC
Cobros por cuenta de terceros ..	Adquisiciones intracomunitarias de bienes y prestaciones de servicios.
Operaciones de seguros (Solo aseguradoras)	Compras de agencias de viajes (Solo para agencias de viajes)
Operaciones de arrendamiento de local de negocio	Facturación de las agencias de viajes ... (Solo agencias de viajes)
Operaciones de arrendamiento de local de negocio no sujetos a retención.	Cobros por cuenta de terceros...
Exportaciones	Operaciones de seguros (Solo aseguradoras)
	Operaciones de arrendamientos de negocios

Tipo de factura
Factura
Factura Simplificada (Tique)
Factura Rectificativa (Art.80 tres LIVA - Concurso)
Factura Rectificativa (Art. 80 cuatro LIVA – Deuda incobrable)
Factura rectificativa (Resto art. 80 uno y dos)
Factura Emitida en sustitución de facturas simplificadas facturadas y declaradas



Valor	Descripción
S1	Sujeta – No exenta
S2	Sujeta – No exenta Inversión sujeto pasivo

Valor	Descripción
E1	Exenta Artículo 20
E2	Exenta Artículo 21
E3	Exenta Artículo 22
E4	Exenta Artículo 24
E5	Exenta Artículo 25
E6	Exenta por Otros

Valor	Descripción
N1	No Sujeta – Artículo 7, 14 y otros
N2	No Sujeta – Operaciones no sujetas al TAI por temas de localización

Las organizaciones tendrán que hacer un trabajo previo para adaptarse y poder entregar los datos, a través de un nuevo proceso que sigue el siguiente esquema general: desde el sistema ERP se inicia el proceso de envío de facturas, que tiene que prepararse en bundles o paquetes de hasta 10.000 registros en función del tipo de facturas de que se trate, mapear la información y crear los XML, para posteriormente autenticarla y enviarla vía SAP HANA Cloud Platform, Integration Service a la AEAT, que recibe los datos, los procesa y emite una respuesta por la misma vía a la empresa, que mapea la respuesta en su sistema, la procesa y la almacena. Ese envío inmediato de información y de forma continua, se realiza a través de web service (ver imagen 2).

Según Victoria Golobart, las compañías recibirán un mensaje de respuesta sobre el resultado global del envío, donde informa de su aceptación completa o parcial, o de su rechazo completo, y otro sobre el resultado individual de cada factura, en los mismos términos: aceptada, aceptada con errores o rechazada.

eDOCUMENT FRAMEWORK

Esta solución de SAP, desarrollada por Globalization Services, se ha diseñado para cumplir con las regulaciones locales que exigen el uso de documentos electrónicos para ser enviados a las administraciones públicas y agencias tributarias, y será esencial a la hora de adaptar los sistemas SAP al SII.

La compañía está trabajando para que, con eDocument Framework, los clientes puedan realizar la monitorización, el mapeo del formato del país y la parametrización necesaria para poder llevar a cabo la agrupación de los registros. Habrá una parte que estará dentro del estándar de SAP, que no tendrá un coste adicional para las empresas.

Fuentes de información

Agencia Tributaria
<http://bit.ly/2hQxXVv>

SAP
 Servicio de notificación de cambios legales (LCNaas)
<https://launchpad.support.sap.com/>
<https://youtu.be/ZzWdWw7QKl>

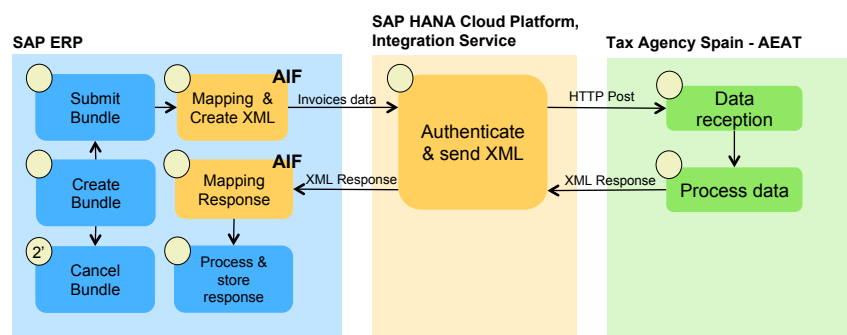
SAP Jam Groups
 Habrá un grupo de SAP Jam de SAP y otro de AUSAPE, habilitados para encontrar fácilmente toda la información disponible sobre SII.

ESQUEMA GENERAL

(Imagen 2)



eDocuments for a Bundle



¿DESEA TRANSFORMAR Y DIGITALIZAR LA FUNCIÓN DE SU TESORERÍA DENTRO DE SAP?

Básese en la oferta exclusiva de Hanse Orga Group, el principal proveedor a nivel mundial de soluciones SAP financieras y de Tesorería – ¡ahora también en España!



Le ayudamos en

- ✓ soluciones de tesorería y finanzas integradas en SAP
- ✓ consultoría de tesorería SAP incluido S/4HANA
- ✓ software financiero basado en la nube

Beneficio – como nuestros más de 1.600 clientes en todo el mundo – de nuestra empresa en:

- ✓ Pagos / Factoría de pagos
- ✓ Gestión de crédito
- ✓ Aplicación de caja
- ✓ Comunicación bancaria
- ✓ Gestión de caja
- ✓ Planificación de liquidez
- ✓ Tesorería
- ✓ Gestión de riesgo
- ✓ Análisis de comisiones bancarias
- ✓ Gestión de cuenta bancaria (electrónica)
- ✓ Gestión de capital circulante

Optimice sus resultados. ¡Contáctenos hoy mismo!

+34 810 522 502 | optimice@hanseorga-group.es

WWW.HANSEORGA-GROUP.ES



João Carvalho, Director de Soluciones y Desarrollo de Negocio de SAP España

“Ofrecemos la plataforma y un roadmap claro de innovación”

Está convencido de que la transformación digital es una realidad transversal a todas las organizaciones. Desde su posición en SAP, João Carvalho tiene una visión privilegiada del momento en el que están las empresas españolas en su viaje hacia modelos digitales. Nos lo cuenta en esta entrevista, en la que profundiza también en la estrategia de la multinacional en esta área.

Las principales firmas de investigación de mercados coinciden en que el gasto tecnológico ligado a la transformación digital tendrá un sólido crecimiento en los próximos años, ¿Se ha convertido la tecnología en la principal palanca de las empresas para adoptar modelos digitales?

Se ha registrado una tendencia al alza tanto en términos de gasto como de inversión en tecnología por parte de las compañías. Las previsiones para el mercado español apuntan que el gasto crecerá en torno a un 5 por ciento, mientras que la inversión será de alrededor de un 10 por ciento del presupuesto total, un ratio similar al de 2016. Por tanto, el crecimiento está siendo significativo, y seguramente una parte de él viene impulsado por la transformación digital.

No obstante, respondiendo a la cuestión, la transformación digital tiene mucho que ver con los cambios que se producen en la forma en la que se hacen las cosas y en los modelos de negocio, algo que va más allá de la automatización. Éstos sólo se pueden abordar utilizando la tecnología y, por eso, las compañías están realizando cada vez mayores inversiones en proyectos que han nacido como pilotos, pero que empiezan a ser iniciativas relevantes que traen esa innovación al modelo de negocio tradicional.

¿Están innovando las empresas a la velocidad que requiere el nuevo escenario económico y de competitividad?

Desde mi punto de vista, la velocidad es baja, si bien varía mucho en función del sector y, dentro de éste, de la empresa de la que se trate. Por ejemplo, hay algunos sectores más 'amenazados' por la transformación digital y que están viendo que entran con mucha fuerza nuevos *players*. Esto les obliga a moverse más rápido, mientras que a otros más tradicionales está llegando o llegará, pero más despacio.

Vemos que los clientes tienen preocupación por el tema y son conscientes de que tienen que hacer algo, pero también existe cierta cautela. Esto se traduce en que apuestan por pequeños proyectos, por pilotos con *quick wins*, que tienen inversiones acotadas para, a partir de ahí, avanzar hacia iniciativas de mayor magnitud.

Eso nos lleva a que el proceso de cambio sea, quizás, más lento. No obstante, se ha avanzado mucho en 2016 y esperamos que este año esa velocidad aumente todavía más.

Las empresas y los CIOs se están viendo lastrados por sus infraestructuras y tecnologías existentes. ¿Cuál es la recomendación de SAP para que protejan las inversiones que ya han realizado sin impedir su evolución hacia lo 'digital'?

La situación es la siguiente: por un lado, la transformación digital se está produciendo porque la tecnología ha evolucionado en los últimos años y se ha simplificado mucho. Por otro, aquella en la que una compañía ha invertido hace unos cuantos años, sigue siendo válida, pero las necesidades de ayer y las de hoy son distintas.

Lo que ha hecho SAP es dar un salto cualitativo importante para proveer a sus clientes con software de última generación, con toda una lógica de evolución a esas soluciones para que las empresas tengan un ritmo claro de innovación y renovación de sus sistemas core. De esta forma, les ofrecemos las capacidades que necesitan para hacer frente a un escenario mucho más evolucionado de transformación digital.

En estos momentos cada compañía tiene que mirar los *roadmaps* que tenemos disponibles, y analizar la velocidad a la que van y cuáles son las áreas que debe evolucionar primero para obtener nuevas ventajas competitivas.

Son muchas las tecnologías ligadas a la transformación digital como las que componen lo que IDC acuña como Tercera Plataforma, más algunos aceleradores como, por ejemplo, VR, impresión 3D, inteligencia artificial, etc. En su opinión, ¿cuál de ellas supone el mayor habilitador de la transformación digital?

A día de hoy, todas estas tecnologías son habilitadoras, y vendrán más porque mañana seguro que tendremos algo más avanzado que *machine learning* o IoT.

Centrándonos en el nivel de adopción de la Tercera Plataforma, éste varía mucho en función de una compañía u otra. Nos encontramos con organizaciones que realmente la han adoptado en determinadas áreas, aquellas que más podían beneficiar a su negocio, y otras que se han quedado atrás, para las que dar el salto a la realidad virtual, *machine learning*, inteligencia artificial es todavía más complejo. Las primeras estarán más preparadas para ir al paso siguiente.

"Nuestra estrategia se basa en que los clientes tengan a su disposición un abanico muy interesante de soluciones con disponibilidad en On-premise o Cloud"

Está claro que SAP, a día de hoy, tiene soluciones en la mayoría de estas áreas. Cuéntenos brevemente su estrategia de transformación digital.

Nuestra estrategia se basa en que los clientes tengan a su disposición un abanico muy interesante de soluciones con disponibilidad en On-premise o Cloud. Todo el porfolio estará disponible de una forma muy clara en ambas opciones, aunque hay áreas de solución donde Cloud es mucho más relevante y es de facto la herramienta de mercado, y en esos casos los productos han ido directamente a la nube.

Sin embargo, Cloud es más que un modo de despliegue: es software fácil de consumir, de implementar, amigable, con costes más escalonados y con ciclos de innovación más rápidos, y esto permite mayor agilidad. Por eso, otro pilar de la estrategia es la plataforma de desarrollo en la nube, SAP Cloud Platform, con la que los clientes pueden desarrollar aplicaciones que pueden ser complementarias a las anteriores o nuevas, para poder innovar y dar el salto a la transformación digital.

El tercero de los ejes de nuestra oferta es SAP HANA Enterprise Cloud (HEC), que les permite reducir los tiempos de respuesta habilitando el entorno que soporta sus aplicaciones en una nube privada de SAP.

Con estos componentes, el despliegue en On-premise o Cloud de las soluciones, la plataforma SAP Cloud Platform y la capacidad de despliegue en SAP HEC, conseguimos que los clientes ganen flexibilidad y capacidad de respuesta para competir.

Conocemos muchas experiencias de compañías internacionales que están abordando grandes proyectos de DX con SAP: Puerto de Hamburgo, Trenitalia, John Deere o Harley Davidson, por citar algunas. ¿Puede hablarnos de algún gran proyecto en España?

En España compañías como Telefónica, Meliá Hotels International o Cepsa, entre otros, están llevando a cabo proyectos muy interesantes.

Uno de los ámbitos en los que estamos trabajando es el mantenimiento predictivo de grandes activos, utilizando Big Data y algoritmos de predicción, siguiendo la línea de Trenitalia.

Estamos, además, colaborando en un proyecto con una compañía del sector Transportes que quiere digitalizar el viaje del pasajero, cambiando la forma en la que interactúa con el usuario final a través de la oferta de servicios adicionales que son complementarios al viaje y al transporte.

También participamos en iniciativas de Customer Engagement, con los que las grandes compañías están cambiando por completo cómo se relacionan con sus clientes para lograr una interacción directa con la marca, no sólo con el punto de venta.

Está en marcha también otro proyecto que permitirá a una empresa disponer de una visión 360 de la misma en la palma de sus manos, utilizando la tecnología Analítica en Cloud, en concreto SAP Digital Boardroom.

En definitiva, la transformación no sólo está llegando a las áreas operacionales de back-office, sino también a las de relación con el cliente, e impactando además en cómo se gestionan internamente las compañías y en cómo se consume la información.



Pregunta destacada

Partiendo de que todos los sectores se ven impactados por la digitalización, ¿en qué estado se encuentran los principales sectores en España en este tema?

Con diferencia, las empresas que menos se han movido en los últimos años son las públicas por varios factores, por la inercia del propio sector pero también por la situación política y presupuestaria que se ha vivido. Ahí hay una gran oportunidad porque tienen una gran necesidad de evolución y de innovación.

Si pensamos en los más avanzados en modelos digitales, son los que se han visto forzados a ello, como Retail. Por ejemplo, recientemente se han lanzado servicios de entrega de productos frescos en dos horas, algo que era impensable hace dos años y que provoca una gran presión para el resto de compañías del sector.

Éste es un vertical con compañías que desde hace años han empezado a moverse rápidamente a nuevos modelos de negocio. Y, a continuación, las empresas Consumo, por inherencia, ya que hoy la tecnología les permite llegar al consumidor directamente y están estudiando cómo controlar la cadena de valor de principio a fin.

En Automoción está ocurriendo lo mismo. Las compañías tradicionales quieren interactuar con el cliente final para fidelizarle y para aprovechar oportunidades de up-selling y cross-selling. Por ejemplo, algunas firmas ya están vendiendo licencias de software por las que se paga como Software-as-a-Service durante toda la vida útil del automóvil.

Otros casos son las organizaciones de Banca y Seguros, que quieren llegar al cliente de forma distinta y serán las que más inviertan en 2017.

Las empresas de Servicios también están estudiando cómo dar el paso, cómo digitalizar el servicio, cómo apoyar al mismo y cómo transformar la relación con el cliente, tanto B2B como cliente final.

Y entremedias, Industria. Ha dado un paso importante de transformación e innovación de la parte industrial para optimizar todos los flujos productivos utilizando la maquinaria adecuada, pero dando un paso más allá mediante la aplicación de Big Data, mantenimiento predictivo y técnicas que se basan en motores digitales.

**YASUSHI SUZUKA**

Presidente del Grupo de Usuarios de SAP en Japón (JSUG) /
Chairman, Japan SAP User Group (JSUG).

Miembro de la Junta de Auditoría y Supervisión de Japan Airlines Co., Ltd. /
Audit & Supervisory Board Member at Japan Airlines Co., Ltd.



“Nuestro objetivo es ofrecer oportunidades en las que los miembros adquieran conocimientos de SAP”

“It is our goals to offer the opportunities where members gain SAP knowledge”

AUSAPE entrevistó a Yasushi Sazuka para conseguir una visión de la evolución del Grupo de Usuarios de SAP en Japón, una Asociación que reúne a 7.000 miembros individuales de 530 organizaciones. Nos cuenta cómo funciona JSUG, el valor que aporta a sus socios y sus objetivos.

AUSAPE interviewed Yasushi Sazuka to get an insight into the evolution of the Japan SAP User Group (JSUG), an Association which has 7,000 individual members from 530 different organizations. He outlines how JSUG works, the value it brings to its members and its future objectives goals.

¿Cuándo nació el Grupo de Usuarios y quién lo puso en marcha?

JSUG se creó en 1996. No hacía mucho que se había fundado SAP Japón y los partners no tenían información suficiente por entonces. Los usuarios japoneses se veían afectados por la situación y, por ello, se fundó JSUG principalmente como una red de contactos donde todos podían compartir sus conocimientos.

When was the User Group born and who was the person(s) who triggered it?

JSUG was established in 1996. It was not long ago since SAP Japan was established, and partners did not have sufficient information at that time. Japanese users were suffered from that situation, therefore JSUG was founded mainly as networking place where they can share their practices each other.

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

En 1997, el año siguiente a su fundación, JSUG alcanzó los 100 miembros, y la cifra aumentó a 200 en 2001, a 300 en 2004 y a 400 en 2007, respectivamente.

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

In 1997, the following year of its foundation, JSUG members reached to 100, and numbers are grown to 200 in 2001, 300 in 2004 and 400 in 2007 respectively.

¿Y cuántos Asociados tienen ahora?, ¿cuál es el perfil de las organizaciones pertenecientes al Grupo?

En la actualidad hay 7.000 miembros individuales de 530 organizaciones afiliadas (480 usuarios y 50 partners). La mayoría de los miembros cuenta con un perfil de TI.

Desde su punto de vista, ¿cuál es el valor estratégico que el Grupo de Usuarios ofrece a sus empresas afiliadas?

JSUG ofrece tres propuestas de valor: Educación, ofreciendo a los miembros la información más reciente sobre SAP; Network, a través de la comunicación e intercambio amistoso de conocimientos entre todos los miembros, e Influencia sobre la estrategia y los productos de SAP a través de la opinión de los miembros.

¿Cuál es la relación entre el Grupo de Usuarios y SAP a nivel local y con SAP SE?

La relación entre el JSUG y SAP Japón sigue siendo muy buena. El JSUG desarrolla varios programas conjuntamente con SAP Japón. Además, el JSUG valora a SAP Japón, ya que asignan a especialistas como PoC (punto de contacto) a cada SIG (Grupo de Especial Interés). Los miembros de la Junta del JSUG se reúnen periódicamente con ejecutivos de SAP Japón para tratar asuntos estratégicos importantes.

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

Currently JSUG has 7,000 individual members from 530 member organizations (480 users and 50 partners). Major proportion of member profile is IT.

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

JSUG offers three value propositions: Education offering the latest SAP information to members; Network, through friendly communication and exchange practices each other, and Influence over SAP strategy/products with members voice.

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

Relationship between JSUG and SAP Japan remains very good. JSUG runs various programs jointly with SAP Japan. JSUG values SAP Japan as they assign specialist as a PoC (point of contact) to each SIG (Special Interest group). Besides, JSUG Board members meet executives of SAP Japan periodically where strategically important topics are discussed.

Relationship with SAP SE is very good, too. Executives of SAP SE always try to meet JSUG despite their busy schedule. They recognize JSUG as a strategic partner and listen customers' voice.



Miembros de la Junta del JSUG con gente de SAP (como D. Michael Kleinemeier, Miembro de la Junta Directiva Global de SAP SE) en Ise-Shima, donde se celebró la CUMBRE G7 2016 ISE-SHIMA, durante la Reunión del Consejo Ejecutivo de SAP DBS con la Junta del JSUG.
JSUG Board Members with SAP people (including Mr. Michael Kleinemeier, Member of the Global Managing Board SAP SE) in Ise-Shima, where the G7 2016 ISE-SHIMA SUMMIT was held, during SAP DBS Executive Council / JSUG Board Meeting.

La relación con SAP SE también es muy buena. Los ejecutivos de SAP SE siempre tratan de reunirse con el JSUG pese a sus apretadas agendas. Reconocen a JSUG como socio estratégico y escuchan las opiniones de los clientes.

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

Estamos a punto de entrar en la era de la transformación digital, mediante varias de las últimas tecnologías como SAP S/4HANA Enterprise Management. Nuestro objetivo consiste en ofrecer oportunidades en las que los miembros adquieran conocimientos de SAP y, con suerte, consigan innovar gracias a dichos conocimientos.

¿Qué ventajas supone que el Grupo de Usuarios forme parte de SUGEN?

JSUG aprecia el valor de SUGEN como plataforma de comunicación con los Grupos de Usuarios de otros países, y también permite conocer la futura dirección y la estrategia de producto de SAP a través de la relación directa con los ejecutivos de SAP SE.

¿Sabe algo del trabajo que hacemos en AUSAPE?, ¿qué cambios puede recomendarnos, desde su experiencia nacional e internacional?

Desafortunadamente, no tenemos suficiente información para determinar cómo actúa AUSAPE. Creo que sería beneficioso para ambos grupos de usuarios que cada grupo, como AUSAPE y JSUG, aprendiese de las estrategias y conocimientos del otro e hiciera uso de ello.

Puede que no sea fácil reunirse en persona debido a la diferencia geográfica, pero podemos organizar reuniones paralelas durante eventos globales como SAPPHIRE NOW, donde podemos compartir conocimientos.

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

We are about to enter the era of digital transformation, realized by the various latest technologies such as SAP S/4HANA Enterprise Management. It is our goals to offer the opportunities where members gain SAP knowledge and hopefully make innovation with it.

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

JSUG appreciates SUGEN as communication platform with the user groups of other countries, and also values SUGEN because they can learn SAP's future direction and product strategy through direct relationship with executives of SAP SE.

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

Unfortunately we do not have sufficient knowledge to determine how AUSAPE acts. I believe it is beneficial to both user groups if each user group, like AUSAPE and JSUG, learn each strategy and practices, and hopefully make use of it.

It may not be easy to meet face to face due to geographical difference, but we can set up side meetings during global events such as SAPPHIRE NOW, where we can share each practices.



Hitos clave de JSUG / Key milestones of JSUG

- 2012:** Lanzamiento de la página oficial de Facebook del JSUG
Official JSUG Facebook page launched
- 2011:** Oficina del JSUG totalmente independiente de SAP
JSUG office fully independent from SAP
- 2010:** Adquisición del grupo de usuarios de Business Objects
Acquired Business Objects user group
- 2009:** Publicación de JSUGINFO (Revista Anual) vol. 1
Issued JSUGINFO (Annual Magazine) vol. 1.
- 2008:** Lanzamiento del programa de ideas de liderazgo (denominado Intercambio de Líderes)
Launched thought leadership program (called Leaders Exchange)
- 2007:** Celebración de SAPPHIRE 07 (en Japón) junto con SAP
Held SAPPHIRE 07 (in Japan) jointly with SAP
- 1999:** Lanzamiento del sitio web oficial del JSUG
JSUG official website is launched
- 1998:** Celebración de la primera conferencia del JSUG
First JSUG conference held

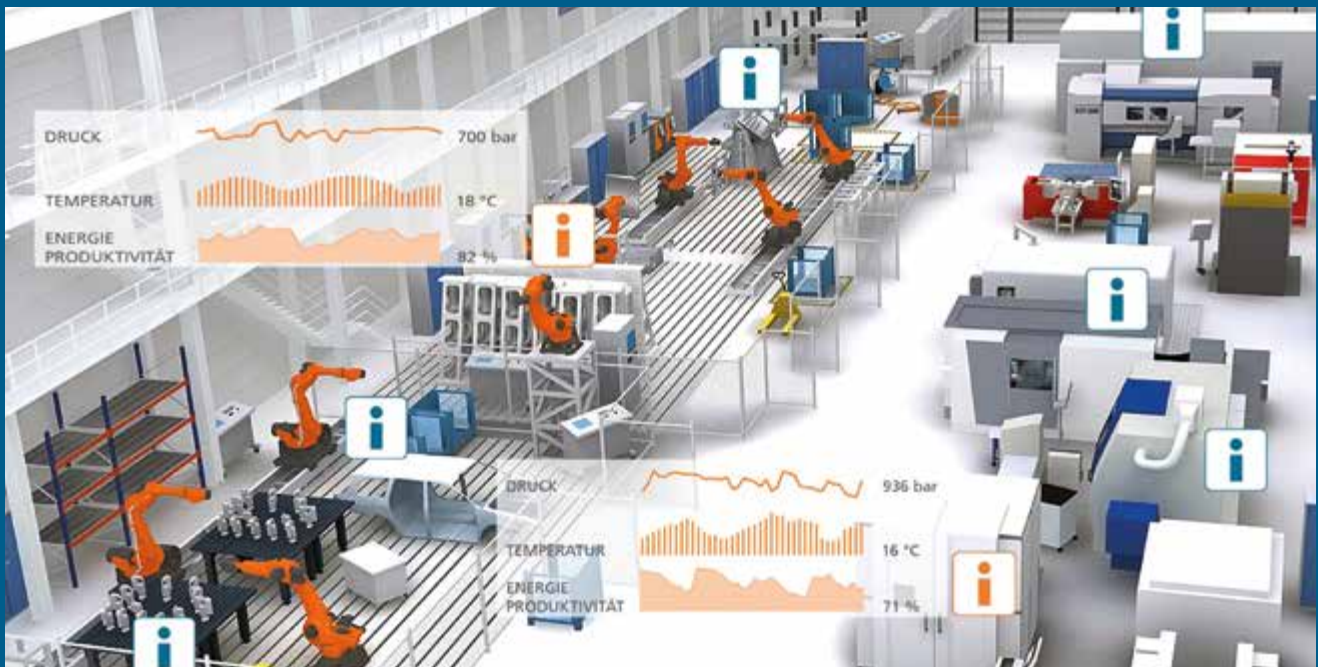


Carlos Chicharro
Experto SAP en Mantenimiento Predictivo



Industria 4.0 y su impacto en las empresas

El año 2017, así como los posteriores, será un año crucial para lo denominado como “Industria 4.0” (a partir de ahora “I 4.0”). Esto es, lo que se conoce en el mundo empresarial y en particular en los sectores de empresas manufactureras como Internet de las Cosas aplicado al mundo industrial. Pero, en vez de definir o desgranar la idea de I4.0, es más interesante e importante el impacto que tendrá en las empresas, qué retos encontrarán y cómo deberían adaptarse a algo que seguro llegará por completo.



La I 4.0 consta de muchos cambios e innovaciones que confluyen en una idea común; y es que los procesos productivos tal y como los conocíamos hasta ahora cambiarán y serán rediseñados, yendo mucho más allá de meras mejoras de eficiencia y optimización. Por supuesto que lo hace, y con unos resultados impresionantes, pero el beneficio siempre llega hasta el cliente final y conlleva un valor añadido de negocio.

Partiendo de esta idea, se observan en el mercado ciertas tendencias que llevan tiempo tocando la puerta de las empresas aunque, obviamente, dependiendo del sector y tipo de producción

tendrán una interpretación u otra. En general, las empresas irán virando sus estrategias para aumentar/conseguir:

- Respuesta rápida a las exigencias de los clientes.
- Innovación y renovación constante, tanto en productos y servicios como en procesos y forma de operar. Ya no es consecuente innovar cada seis meses o una vez al año cuando los clientes cambian de opinión de un día para otro.
- Personalización masiva. Se pasa de producción masiva de productos con alguna variación o customización, a personalizar

masivamente cada producto, llegando así en ciertos sectores a permitir que un cliente se diseñe el mismo su producto.

- Alta calidad. Aspecto quizá trivial pero que cada vez más es requerido en todo tipo de industrias.
- Mejor experiencia de cliente. El proceso desde que se evalúa un producto hasta el servicio después de la venta debe ser sencillo y transparente.

Y, ¿qué implican estas tendencias para las empresas manufactureras?, ¿cómo se ven afectados sus procesos productivos?

- Producción sin secuencia planificada, con diferentes productos en la línea de producción, múltiples variantes para un mismo producto, etc. En consecuencia, serán un proceso de producción flexible y adaptable para que no sea totalmente fijo y estructurado, de donde sólo salga un producto con una configuración.
- Si se quiere llegar a tamaño de lote uno, se tenderá a producir contra pedido para así cumplir con los requerimientos específicos de cada cliente.
- "Time to market" más corto. Si el mercado demanda productos más innovadores, renovados, con cambios, etc., la reducción de este factor es crucial a la hora de afrontar esta filosofía y ser competitivos.
- Gestión predictiva. Hoy en día se pueden combinar múltiples fuentes de información tanto de fábrica como de fuentes externas y predecir la demanda, un posible parón de una planta, cuando habrá falta de stock, etc.

Y si se baja otro nivel, ¿qué necesitan las empresas a nivel de planta para conseguir estos cambios en sus procesos productivos?

Tradicionalmente en las últimas décadas, hablando ya de lo que había y hay físicamente y lo que controlaba y afectaba a la producción, teníamos una gran parte de mecánica, circuitos integrados representando la parte electrónica, y dentro de la misma teníamos una pequeña parte de software como controlador de la electrónica. Y es justo ahí donde aparece la convergencia entre la mecánica y la electrónica, lo que constituía la única inteligencia que se solía ver en planta.

Pero esto lleva un tiempo cambiando. En la I 4.0 la mecánica reduce su importancia y la electrónica gana un mayor papel. Aparecen la movilidad, servicios, y todo es controlado por software. Con esto se crea un ecosistema donde la inteligencia envuelve, participa y domina todos los procesos.

Con ello, se hace imprescindible la integración y convergencia de los sistemas/tecnologías de información a nivel de negocio como pueden ser los sistemas transaccionales de un ERP de una empresa, con las tecnologías operacionales como pueden ser los sistemas de automatización y de control de una línea de producción.

Por ello, SAP juega un papel clave en la I 4.0. Un alto porcentaje de empresas en

el mundo gestionan las capas de negocio de su producción con sistemas SAP y por ello muchas de ellas llevan años eligiendo el mismo proveedor para los sistemas de planta.

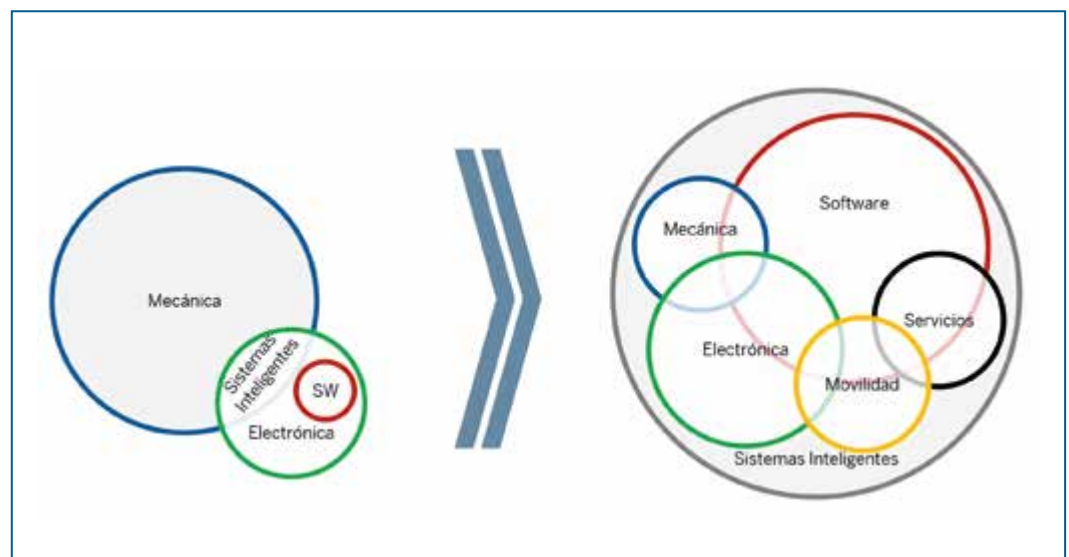
La SAP Manufacturing Execution Suite, compuesta por SAP Plant Connectivity, SAP Manufacturing Integration and Intelligence y SAP Manufacturing Execution, proporciona todo lo necesario iniciar el camino hacia la I 4.0.

SAP Plant Connectivity ofrece la conectividad necesaria para que haya integración y transparencia perfecta entre el ERP de SAP y los niveles operacionales en planta. Con ello, no es necesario crear ni mantener las interfaces necesarias para conectar dichos sistemas dispares, y la integración será automática con cada actualización de los sistemas SAP.

SAP Manufacturing Integration and Intelligence y SAP Manufacturing Execution dotan a los sistemas de planta de un nivel intermedio de integración e inteligencia y actúan de sistema MES (Manufacturing Execution System) al poder sincronizar, visualizar y utilizar todos los datos que se deseen del ERP (materiales, órdenes de producción, consumos, etc.).

Además, SAP lleva años trabajando con otras tecnologías y soluciones que complementan la suite y habilitan a los clientes de escenarios y soluciones totalmente adaptadas a la Industria 4.0: soluciones de visualización de modelos 3D integrados en sistemas de planta, soluciones de movilidad de todo tipo (dispositivos móviles, realidad aumentada, etc.), escenarios y proyectos con impresión 3D, soluciones analíticas en tiempo real específicas para producción, planificador de recursos, etc.

Empresas como Harley Davidson ya han rediseñado y cambiado totalmente su forma de producir, con resultados asombrosos. Y todo ello con tecnología SAP. Esta empresa pasaba por un momento difícil hace unos años y decidió apostar por SAP e invertir en todo tipo de soluciones que les ayudasen a adaptarse a estas nuevas tendencias que ya se veían venir. Transformaron completamente sus procesos productivos y ahora son capaces de actuar y recibir información en tiempo real de absolutamente todo lo que se encuentra en la fábrica (aires acondicionados, máquinas de atornillado, railes de ensamblado, etc.). Gracias a su gran inversión y apuesta por SAP han conseguido pasar de fabricar motocicletas estándar en aproximadamente tres semanas a entregar motocicletas customizadas con mil doscientas variaciones posibles en un día.





Miguel Ángel Fernández García
Manager en everis SAP Business Unit



La digitalización del mundo industrial con SAP

La cantidad de información que actualmente se almacena en relación a diferentes procesos y sistemas (tanto industriales como logísticos), servicios (ventas, conexiones entre usuarios, consumo eléctrico, etc.) o tráfico de datos (logs en routers y equipos, entre otros) resulta ingente e inmanejable de forma manual.

El análisis de estos datos puede proporcionar información muy valiosa acerca del comportamiento de estos procesos y/o el estado del activo. Se pueden prevenir problemas en un determinado proceso industrial a través de la detección de resultados o medidas anómalas (sin la necesidad de haber definido previamente qué medida es o no anómala) o determinar qué eventos están relacionados dentro de un proceso más complejo, facilitando su gestión a través de la predicción y sabiendo de antemano que un evento desencadenará otro con cierta probabilidad.

A partir de toda esta información se pueden realizar simulaciones que, además, permiten predecir qué recursos van a ser necesarios y optimizar su uso de forma automática y proactiva, anticipando los acontecimientos futuros.

Cuando hablamos de Industria 4.0 o digitalización del mundo industrial nos referimos a una óptica de la fabricación con todos sus procesos interconectados mediante Internet de las Cosas (IoT), con una interfaz de usuario simplificada (UX) y orientada al trabajo de campo (Mobile), con información en *real-time* que agilice la toma de decisiones a cualquier nivel (Analytics).

En esta digitalización del mundo industrial es imprescindible una convergencia entre las operaciones reales en planta y los procesos de gestión, lo que implica la modificación de los procesos internos actuales de las empresas.

El nuevo modelo de la Industria 4.0 está centrado en los datos y, por tanto, requiere de una transformación profunda basada en la integración inteligente de las TIC en el corazón de las empresas.

La Industria 4.0 se basa en:

- la combinación de datos de fuentes externas e internas para mejorar la toma de decisiones.
- el desarrollo de competencias digitales para integrar mejor los recursos dentro de la organización, incluida la seguridad, la ciberseguridad y el control de riesgos.
- el entendimiento y la comprensión de cómo las nuevas tecnologías pueden afectar a la fabricación localizada.

- el trabajo simultáneo en el desarrollo de productos inteligentes y en los procesos de fabricación.

SAP, dentro de un proceso de transformación y evolución de sus soluciones y productos en los últimos años para demostrar que es mucho más que un ERP, no se ha quedado atrás en ayudar a definir una hoja de ruta para la transformación digital de sus clientes.

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

Está claro que todos estos avances impactan en muchos ámbitos de la sociedad como, por ejemplo, ciudades inteligentes donde podamos obtener información en tiempo real de los sitios libres para aparcar o controlar el tráfico; en medicina poder monitorizar la salud de personas 24x7; en el deporte para mejorar los movimientos de los atletas, etc. Todo ello sin convertir el aspecto de las personas en Ciborgs de película, al contrario, introduciéndolos como complementos de decoración y moda. Por ejemplo, entre Apple y Fitbit han vendido más de 8 millones de relojes y pulseras inteligentes. El mercado crece a un ritmo del 223% y no ha hecho más que empezar, ya que se estima que en 2020 se venderán cerca de 11 millones de unidades de ropa inteligente. Ya nos podemos ir haciendo una idea de la cantidad de datos que se generarán, unos 44 zettabytes.

Centrándonos en la industria, ¿Cómo le afecta esta evolución?

Como fruto de un proyecto de alta tecnología del gobierno alemán, nos viene el término "Industria 4.0" que se apoya en 4 principios:

- 1. Interoperabilidad de los actores.** Posibilidad de comunicación de dispositivos, sensores y personas, de interactuar entre ellos a través de Internet de las cosas (IoT) o Internet de las personas (IoP).
- 2. Transparencia de información.** Los sistemas de información tienen que ser capaces de crear copias del mundo real enriqueciendo sus modelos con los datos de sensores.

3. Asistencia técnica a los humanos, mostrando información agregada y de fácil comprensión para la toma de decisiones y actuaciones, también como ayuda a tareas que puedan ser agotadoras o inseguras.

4. Toma de decisiones descentralizadas. Se abre la posibilidad de que el sistema físico-cibernético tome decisiones y realice tareas de manera autónoma a partir de datos y experiencias aprendidas.

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

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

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

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

Con máquinas más inteligentes, procesos con tomas de decisiones automáticas, operarios que pueden recibir las instrucciones exactas de las tareas a realizar... Esto puede llevarnos a pensar en fábricas con mucha menos gente y sin especialistas, puesto que la especialización la tendrá el sistema.

Es decir, nos enfrentamos a una revolución de la sociedad a muchos niveles, dado que hemos de adaptar, desde el sistema educativo para ajustarlo a las nuevas necesidades, hasta los procesos industriales y modelos de negocio.

Para **everis**, el concepto de **Industria 4.0** se basa en la unión de los paradigmas tecnológicos y los 5 dominios de negocio:



En base a las necesidades actuales de las distintas compañías industriales para evolucionar a la Industria 4.0, el mapa de sistemas actual y nuestro entendimiento de la evolución y mejora de cada uno de los casos de uso identificados, es fundamental un enfoque general basado en los siguientes pilares:

- **Arquitectura**, un enfoque basado en resolver los casos de uso identificados, dotando de un punto de vista global e integrado tanto entre los distintos casos de uso como con el sistema transaccional ERP, que facilite la futura implantación así como la evolución y mejora en cada una de las plantas.
- **Procesos**, dentro de cada uno de los casos de uso, que aportan nuestra visión y experiencia tanto en el sector industrial como en las tecnologías implicadas (IoT, Big Data, Mobile).
- **Metodología**, con un enfoque metodológico que garantice la calidad de los productos generados y el cumplimiento de los hitos marcados al inicio de la colaboración, de tal forma que facilite la toma de decisión.

Considerando el mapa de sistemas actual de las compañías industriales, el contexto de los casos de uso identificados para evolucionar a la Industria 4.0, y los tiempos marcados, se debe plantear la realización de los distintos escenarios bajo una arquitectura escalable, integrada con los sistemas transaccionales ERP, y con aceleradores sobre las tecnologías representativas de Industria 4.0: Cloud, IoT, Big Data, Analytics y Mobile.

La selección de la arquitectura requerida responde a las necesidades globales actuales y a futuro para resolver los distintos casos, facilitando la transformación digital de las plantas:



Para **maximizar el retorno de la inversión** en el menor tiempo posible de los proyectos de **IoT** (Quick Wins), es necesario definir **ciclos cortos de desarrollo de los casos de uso** para hacer **entregas progresivas, incrementales y con iteración** del negocio, de tal forma que se puedan identificar mejoras durante el desarrollo y no una vez que este haya finalizado.

Pero sin duda, lo más relevante y necesario dentro de la Industria 4.0 para las compañías del sector industria es dar el primer paso. Sensorizar, integrar y almacenar la información de lo que ocurre en las plantas, centrales, talleres, etc., que permitan no solo identificar posibles casos de uso y comenzar a implementarlos para evaluar el impacto en el negocio de la transformación, sino que poco a poco se vaya generando un Data Lake de información que en un futuro permita optimizar, mejorar e innovar aplicando algoritmos de analítica avanzada y predictiva.

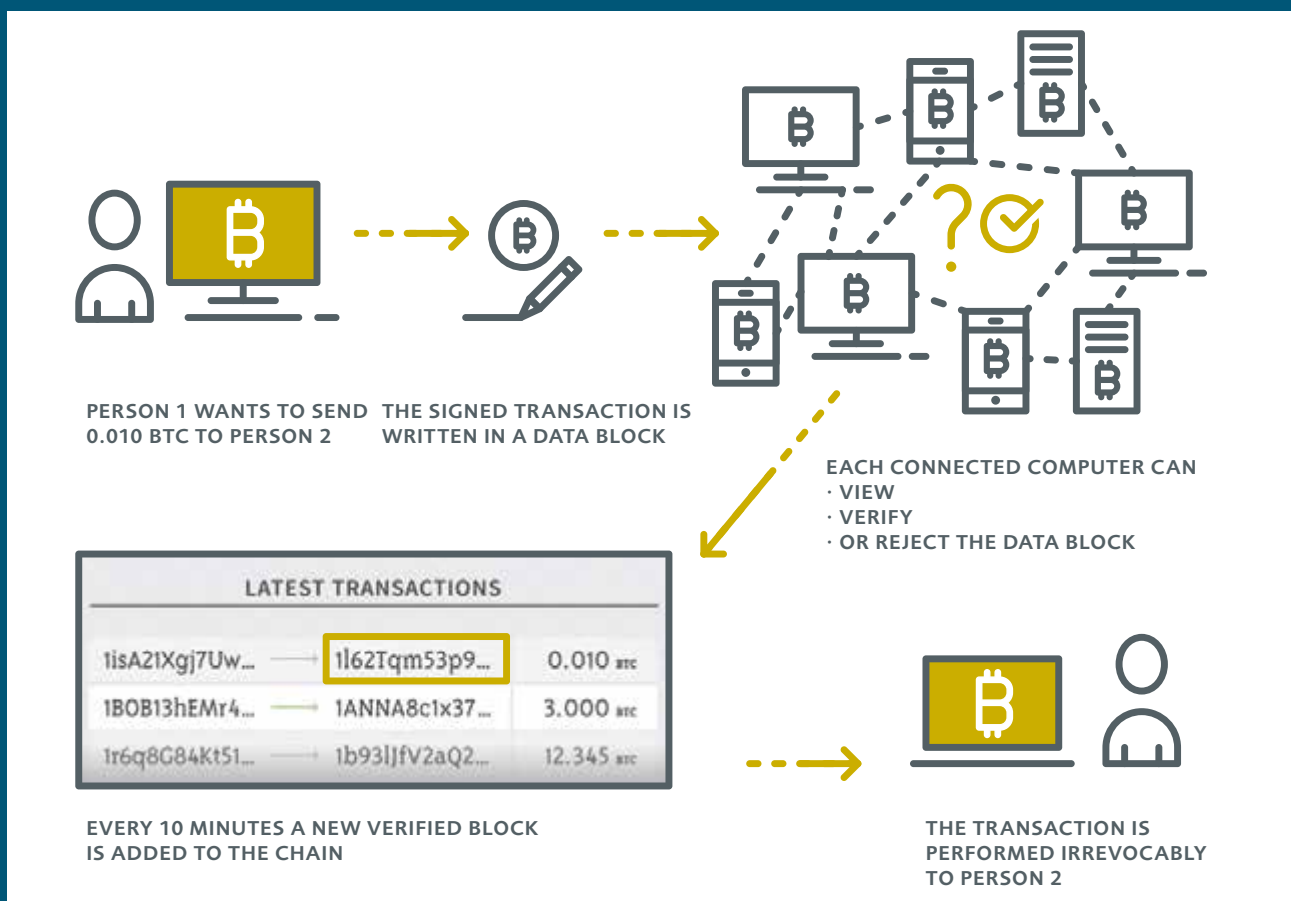
**Martin Postweiler**

Director de Estrategias de Solución – Pagos y Digitalización,
Hanse Orga Group



Reflexiones sobre Blockchain

Citando a uno de los galardonados con el Premio Nobel de este año "the times they are a-changin" (los tiempos han cambiado). No pasa ni un solo día sin una declaración acerca de Blockchain y, siendo claros, no cabe duda de que esta tecnología tiene el potencial para un cambio fundamental.



Blockchain es una base de datos distribuida o libro mayor, en la que hay una diferencia entre privada ("con permisos") y pública ("sin permisos")

Bitcoin es probablemente el ejemplo más destacado de un Blockchain sin permisos: todas las transacciones se validan por los usuarios que participan, los "nodos". Ciertos algoritmos y tareas se realizan para verificar y mantener el libro mayor y añadir otro bloque de transacciones a la cadena – perdonen los profesio-

nales por esta simplificación. No se requieren intermediarios ni contenido central en las cadenas de bloques públicas.

En cambio, en Blockchain privadas los "propietarios" pueden permitir o limitar las competencias de los participantes en la red. Algunos dicen que estos puntos de control anulan los beneficios principales de la tecnología Blockchain.

Muchos bancos y FinTechs se han dedicado en los últimos tiempos a la tecnología Blockchain, en la mayoría de los casos

con Blockchain con permisos. De nuevo, esto no es nada más que básicamente una base de datos en la que cada propietario proporciona un administrador.

En lo que se refiere a pagos, la primera transacción basada en Blockchain entre Alemania y Canadá se comunicó en 2016.

¿Esto alivia algo la pesadez de los pagos transfronterizos como cuestiones de seguimiento o pagos imprevisibles?

Bitcoin, a imagen de una Blockchain pública, ha demostrado ser una alternativa para las transferencias transfronterizas sin un banco. Especialmente en regiones donde es difícil el acceso al sistema financiero o donde el uso de divisas (extranjeras) es restringido.

Sin embargo, para cantidades de pagos mayores, criptomonedas como bitcoin no funcionan todavía. Muchos expertos están intentando solucionar esta cuestión de escalabilidad, aunque tendremos que esperar para una solución práctica.

Además, será interesante ver si la iniciativa del pago mundial de SWIFT entretanto alivia algo la pesadez sin Blockchain. Hasta entonces, casi 100 bancos han acordado buscar una solución para pagos transfronterizos vía SWIFT.

Otra cuestión desagradable y molesta en pagos es el fraude. El aumento masivo de los intentos de fraude se ve en todos los métodos de pago, incluidos los ciberataques e ingeniería social. En un caso reciente, una empresa de 5 mil millones de dólares en Europa perdió más de 40 millones de dólares debido a un correo electrónico fraudulento de un director financiero.

Antes de considerar una estrategia de Blockchain recomendamos observar detenidamente los flujos de trabajo y procesos de tesorería de hoy. Según una encuesta de AFP, esta caída de

muestra que sigue dominando el panorama de pago B2B (51 por ciento). Así, aparte de Blockchain ¿por qué no cambiarse a ACH el mismo día? Conocemos la situación; aún pensamos que es momento para cambiarse, al menos en B2B.

Finalmente, no deberíamos olvidar las sanciones y los embargos. Estos días se está multando a empresas por infringir la reglamentación de OFAC. Las cadenas de bloques pueden ofrecer una solución en pocos días, pero esto no exime a las compañías de mantener ahora limpios sus datos (de pago).

En resumen: ¿qué reserva la tecnología Blockchain en tesorería para el futuro? Como todas las predicciones, no sabemos nada con certeza, pero sí sabemos que son retos actuales y ¡ni siquiera hemos mencionado la cuestión del formato de pago!

Se tienen que resolver muchos temas antes de que una cadena de bloque pública pueda ofrecer un caso de negocios válido para tesorería.

En consecuencia, recomendamos hacer primero lo primero, especialmente en relación con los pagos: debería ser una prioridad optimizar, armonizar y estandarizar la configuración actual, al igual que hacer auditoría y prueba de futuro. Hay soluciones en el mercado que pueden ayudarle a lograrlo hoy.

Sin embargo, todos deberíamos seguir y filtrar detenidamente las noticias y avances de Blockchain. Especialmente siendo un proveedor IT y de Consultoría, como es el caso de Hanse Orga Group, necesitamos estar preparados una vez que la demanda del cliente y los casos prácticos desecadenen los siguientes pasos. Por tanto, evaluamos permanentemente las posibilidades que pudieran crear esta tecnología.

Solicitud de Suscripción Gratuita a la Revista de AUSAPE

EMPRESA

ASOCIADO AUSAPE SI NO

NOMBRE

CARGO

DIRECCIÓN

CP

POBLACIÓN

PROVINCIA

TELÉFONO

E-MAIL



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





Alberto Delgado
Director de Seidor digital



¿Está preparado para digitalizar este 2017?

2017 será un año de consolidación de la imparable tendencia de la digitalización. Las empresas van a ser cada vez más conscientes de la importancia de aprovechar las oportunidades que ofrecen las TIC para competir en un escenario global, y van a impulsar la definición de estrategias de digitalización que las hagan más competitivas.

Nos encontramos en el inicio, no en el fin, del fenómeno de la digitalización. Estamos presenciando los primeros pasos de la disruptiva transformación de la sociedad en la que vamos a vivir en el segundo cuarto del siglo. De tanto hablar del término digital, puede llegar a caer en desgracia, pero esa circunstancia no esconderá el hecho de que la transformación es imparable y radical. 2017 será el año en el que algunas de las tendencias tecnológicas de los últimos meses se asentarán y empezarán a desplegarse universalmente.

Si hay un ámbito en el que podemos pronosticar una explosión, es en el de Internet of Things. Se calcula que hacia el año 2020 habrá más de 50 billones de sensores conectados y más de 200 billones de “cosas” en línea. Relacionado con este fenómeno, y en paralelo, el desarrollo de la robótica, los sensores y la inteligencia artificial van a transformar la industria, elevando los niveles de calidad, seguridad y productividad, y levantando grandes retos sociales y económicos. Veremos cómo en 2017 el concepto de Industria 4.0 empezará a calar en el tejido empresarial. En el ámbito del marketing, las empresas invertirán en la mejora de la experiencia del cliente en el punto de venta y en la coordinación de las acciones a través de todos los canales.

Para sacar partido de estas ventajas, una empresa que quiera destacar sobre el resto deberá ser ágil, flexible y obsesionada con

el cliente; y para lograrlo la tecnología se convierte en nuestra mejor aliada.

Con todo ello, ofrecemos a continuación los 12 pasos clave para iniciar con éxito el viaje hacia la transformación digital de un negocio:

- 1. Implique a sus directivos para definir la visión digital:** para que la compañía se transforme en una organización más digital, es necesario el impulso decidido de una dirección que entienda la importancia de la digitalización. La transformación empieza por la definición de una visión inspiradora sobre cómo la digitalización afectará al modelo de negocio, y sobre los retos y oportunidades creados.
- 2. Digitalice su marketing y la relación con sus clientes:** todas las empresas pueden aprovecharse de las nuevas herramientas digitales para segmentar a los clientes, conocer sus necesidades, mejorar el posicionamiento y generar oportunidades de venta. Hacer marketing digital significa pasar del marketing unidireccional masivo a un marketing más inteligente y preciso, menos invasivo, centrado en los contenidos de valor.
- 3. Dele importancia a su presencia digital:** es esencial que tenga una presencia digital diferencial y significativa para sus clientes. Su web es el escaparate de su empresa, el

Estamos presenciando
los primeros pasos
de la disruptiva
transformación de la
sociedad en la que
vamos a vivir en el
segundo cuarto
del siglo.

elemento alrededor del cual pivota la presencia digital. Tiene que ser significativa, sencilla, instructiva, acogedora, persuasiva, clara y sorprendente.

4. Venda por todos los canales y ofrezca una experiencia adaptada:

Los clientes digitales se comportan de una manera diferente, buscan experiencias únicas y personalizadas a través de múltiples canales. Este reto, el de la omnicanalidad, requiere de cambios muy importantes en los procesos de negocio que son imposibles sin la incorporación de nuevas tecnologías.

5. Innove en sus productos con el ingrediente digital:

innovar continuamente es clave para seguir siendo competitivo. Las empresas digitales incorporan información y conectividad a sus productos y servicios para hacerlos más atractivos para los clientes.

6. Atraiga y desarrolle talento digital: las empresas necesitan gente nueva y nueva gente. Nuevos profesionales que se incorporen a la organización, nativos digitales que sepan conectar con colaboradores y clientes; y empleados que desarrollen sus competencias digitales a través de una formación continua para seguir aportando valor.

7. Digitalice el puesto de trabajo: el valor se genera a través de la colaboración de empleados a menudo separados geográficamente, o distribuidos en la jerarquía organizativa. El puesto de trabajo digital son aquellas herramientas que van a mejorar la productividad y capacidad de los colaboradores.

2017 será el año en el que algunas de las tendencias tecnológicas de los últimos meses se asentarán y empezarán a desplegarse universalmente.

8. Agilice sus procesos de negocio: las TIC son una herramienta fundamental para optimizar los procesos de negocio haciéndolos más ágiles y flexibles. Permiten a las empresas automatizar tareas, incluso en los entornos industriales, reduciendo los costes y los errores y aumentando la capacidad.

9. Ponga sus datos a trabajar para decidir mejor: para ser competitivo en un mundo tan acelerado, tiene que tomar decisiones complejas de una forma ágil. Para ello, necesita tecnología que le proporcione en tiempo real una visión profunda de su negocio.

10. Conozca mejor su negocio para adaptarte antes al cambio: en un mundo enloquecedoramente cambiante, las empresas necesitan

agilidad y visión completa, en tiempo real, del comportamiento del negocio. Esa visión es imposible sin un uso avanzado de las tecnologías analíticas.

11. Súbase a la nube: si quiere ser ágil, tiene que tener una plataforma tecnológica que también lo sea. Las empresas digitales se están subiendo a la nube para diversificar costes y minimizar inversiones. Empiece por el correo, la colaboración o el almacenamiento y siga por las aplicaciones de negocio.

12. Elija al partner ideal: el proceso de digitalización es muy complejo, tanto desde la perspectiva estratégica, como desde la de procesos, personas o tecnología. Existen numerosas alternativas y elegir entre ellas no es una tarea sencilla. Para llevar adelante con éxito el proceso de transformación, es clave seleccionar un partner que se comprometa.





Gonzalo Javier Llerena Cabello
Consultor y Jefe de Proyectos SAP



PARA ASEGURAR SU CRECIMIENTO EN ESPAÑA Y LA EXPANSIÓN INTERNACIONAL

PANS GRANIER confió a Tecnocom la implantación de SAP ERP sobre HANA

Pans Granier ha abierto más de 300 tiendas en toda España y ha iniciado su expansión a otros territorios como Miami, Londres, Roma o Lisboa. La solución global da respuesta a sus necesidades, sustituyendo las distintas aplicaciones que existían en la empresa, refleja su realidad y permite controlar los volúmenes crecientes de datos y procesos.

Pans Granier, líder en el mercado de la panadería y repostería, confió en Tecnocom la implantación de SAP EHP8 6.0 sobre HANA para soportar su crecimiento en España y su expansión internacional. Desde la apertura de la primera tienda en 2010, Pans Granier ha abierto más de 300 tiendas en toda España y

ha iniciado su expansión a otros territorios como Miami, Londres, Roma o Lisboa. Además, cuenta con tres plantas de producción situadas en Vilanova i la Geltrú, Madrid y Canarias.

Para facilitar este crecimiento, Pans Granier decidió implantar un sistema de gestión integral, un ERP capaz de dar una solución





global a sus necesidades, sustituyendo las distintas aplicaciones que existían en la empresa, que reflejara su realidad y permitiera controlar los volúmenes crecientes de datos y procesos.

Tras analizar la situación de partida y los nuevos objetivos, Tecnomcom propuso la adopción de la solución SAP ERP, al ser la que más se adecuaba a los requerimientos funcionales y no funcionales del proyecto, como la solidez, fiabilidad, escalabilidad y por su capacidad de integración de toda la información de las diferentes áreas de negocio, imprescindible para garantizar la mejora y el crecimiento continuo de la empresa.

EL PROYECTO

El alcance funcional de la implantación incluye módulos económico-financieros y de control de gestión para las distintas sociedades del Grupo, lo que les permite actualmente tener una visión centralizada y obtener una mayor eficiencia en la explotación de los datos.

El proyecto contempla además los costes de producto y planificación de la fabricación de toda la gama de panes que en la actualidad produce Pans Granier. Desde la clásica barra de cuarto hasta la variedad Tradición Granier, pasando por el pan del cura, el pan de Pagés, la trenza latina, panecillos de diferente tipología, rústicos y de semillas.

Asimismo, ofrece cuenta de resultados analítica de sus distintas áreas de negocio (pan y construcción de franquicias) y diversificada tanto en sus familias de productos fabricados (pan) y comercializados (bollería, pastelería, cafés, merchandising) como en las localizaciones (oficinas de venta). Esta funcionalidad permitirá a Pans Granier definir sus estrategias de crecimiento en los segmentos que mejor progresión están mostrando. Gracias a la base de datos HANA, el rendimiento de los cálculos para el ingente volumen de datos es espectacular.

La solución contempla también la gestión de las compras generales y aprovisionamiento de materiales para la fabricación de pan al centralizar esta función y dotarla de mayor agilidad y posibilidad de obtener mejores ofertas. Finalmente destaca el módulo de gestión de proyectos, que se constituye en el eje central de la gestión de la sociedad de construcción encargada de las adaptaciones de las franquicias, para poder controlar la planificación, presupuesto y necesidades de cada uno de los proyectos (bien sea de apertura de nueva franquicia, como de rehabilitación de existentes) que se acometen.

Esta implementación se complementa con una herramienta de reporting analítico como SAP Business Objects que a través de universos y cuadros de mando creados directamente sobre la base de datos HANA, ha dotado a la dirección de Pans de una herramienta indispensable para su toma de decisiones.

El proyecto de implantación se planteó desde el primer momento como un arranque en dos fases y una duración total de 10 meses. En la primera fase, con una duración de 3 meses, dio solución a la Central de Compras (ventas de producto propio y comercializado) en la que los apuntes contables eran transferidos al todavía actual sistema contable. En la segunda, se incorporó el resto de módulos (resto de compras y ventas, finanzas, controlling y producción).

IMPLANTACIÓN SINÉRGICA

La implantación de la nueva solución integral acompañó y generó sinergias con una situación en la que Pans Granier abordaba un proyecto de definición de procedimientos global. En paralelo, la empresa contaba con un conjunto de sociedades a las que el equipo de implantación ayudó en asesorar sobre sus posibles fusiones. En diciembre de 2016 las tres plantas productivas se fusionaron con la matriz CONSUPAN S.L. que convive con otra sociedad cuyo negocio se centra en la adaptación de las tiendas a los franquiciados. Además, el enorme y acelerado crecimiento que está experimentando Pans Granier en los últimos años se ha ido reflejando en la fase de definición, a la que se ha incorporado modificaciones, ampliaciones y correcciones.

CENTRAL DE COMPRAS

En el proyecto destaca la solución de Central de Compras que gestiona aspectos como las ventas de producto propio desde los almacenes propios y externos (pan); las Ventas de producto comercializado (bollería, bebidas,...) que Pans Granier compra a los proveedores y estoca en sus almacenes para su venta a los franquiciados; y las de venta a terceros de producto comercializado que el propio proveedor suministra a las franquicias. Además, controla los pedidos diarios de ventas a las franquicias a través de plantillas, el proceso de incorporación al sistema de ventas a terceros por ficheros proporcionados por los proveedores y almacenes, y un gran volumen de documentos de ventas y facturas.

FUTURO

Una vez implantado el sistema SAP ECC6 EHP8 y habiendo constatado el beneficio que ello supone, los nuevos retos de Pans Granier en cuanto a ampliación de dicho sistema varían, e incluyen tanto aspectos funcionales (incorporación de sociedades de central de compras internacionales, consolidación de sociedades mediante SAP BPC, control del warehouse, integración de los PLCs de las líneas de producción con el sistema) como tecnológicos (Picking por voz para las cámaras de frío, radiofrecuencia, integración con los terminales de las franquicias, portales).



La Delegación de Canarias entra en su undécimo año de actividad

El 22 de septiembre de 2006 mantenía su primera reunión la Delegación de Canarias de AUSAPE. Desde entonces, con Valentín Santana Brito (de Mutua de Accidentes de Canarias) como Delegado, realiza una importante labor a la hora de trasladar información relevante sobre el ecosistema SAP entre los clientes de la compañía en las Islas, además de contribuir a que las diferentes empresas estrechen relaciones.

En esa fecha había 20 clientes de SAP en Canarias. Como explica Valentín Santana, “nos sentíamos muy alejados tanto de SAP por la distancia con la Península como entre nosotros y, aunque nos conocíamos todos, en aquellos momentos no compartíamos casi nada de conocimiento”.

Varios clientes decidieron impulsar la creación de una Delegación de AUSAPE en las Islas, dada la experiencia positiva que habían tenido con su participación en el Grupo de Trabajo de Sanidad. “Pretendíamos ampliar el ámbito de actuación a todos los ámbitos de interés comunes para todos los clientes que estamos en Canarias”, señala.

Valentín Santana ha sido su Delegado desde 2006, once años en los que “no me ha faltado ilusión en ningún momento gracias al apoyo y el respaldo que recibo constantemente de los compañeros que integran la Delegación, y también por parte de la oficina AUSAPE”, asegura.

Desde su punto de vista personal, participar en las actividades de la Asociación es clave para conocer lo que se mueve en torno a SAP y “estar en todo momento informado de las tendencias tecnológicas que antes o después pudiéramos implantar en mi empresa. Además, la asistencia a los eventos que se organizan en la Delegación, permite poner en común los proyectos

que realizamos todos los compañeros y compartir experiencias, lo que ofrece la oportunidad de plantear nuevas iniciativas en la empresa para la que trabajo o incluso darles un enfoque distinto”, subraya.

La Delegación canaria celebró en 2016 dos sesiones, que registraron una asistencia media de 16 personas. La primera reunión estuvo dedicada a temas como SAP SuccessFactors, SAP S/4HANA, SII y el futuro de la Sanidad en España; la segunda acogió el SAP Delegation Day, con presentaciones sobre SAP Cloud Platform, SAP Hybris y SAP Servicios. “Todo ello para trasladar a los Asociados de Canarias cuál será la estrategia de SAP para los próximos años y que puedan planificar la hoja de ruta de sus sistemas SAP a medio plazo”, explica.

2017 llega lleno de interesantes propuestas para dar un nuevo impulso a la Delegación canaria, ofreciendo como siempre a los Asociados un punto de vista cercano de lo que acontece en el mundo SAP. En cuanto a temáticas, seguirá trabajando en torno a SII, que será un tema prioritario este año. “En Canarias SII tendrá un tratamiento especial y el Gobierno regional decidirá este año cuál será el roadmap que quiere implantar. Por tanto, tenemos que estar muy atentos a este asunto”, añade.

Esta Delegación realiza un importante esfuerzo para cohesionar a las empresas canarias que utilizan las soluciones de SAP, incluso teniendo que lidiar con la insularidad que obliga a algunos participantes a desplazamientos en avión para poder asistir a las reuniones. “Esto es un importante esfuerzo que realizan las empresas asociadas y que ha sido reconocido por SAP y por los partners, con su participación en las distintas reuniones que hemos organizado a lo largo de estos años. Esperamos y deseamos que continúen apoyando a la Delegación de la misma manera que hasta ahora lo que, sin duda, redundará en la dinamización de la Delegación y conseguirá mantener e incluso aumentar el número de participantes”, concluye el Delegado.

LA OPINIÓN DE LOS ASISTENTES

La vinculación con AUSAPE de Gustavo Navas Sánchez, Director de Sistemas de Información del Hospital Perpetuo Socorro, llegó también a través de las reuniones del Grupo de Sanidad, y fue uno de los impulsores de la creación de la Delegación.

Para este Director de Sistemas, es importantísima su existencia ya que “por nuestra insularidad, es una forma de asistir a reuniones y volver a tu ciudad en el mismo día. Esto no pasa nunca cuando asistimos a reuniones en la Península”.

A los beneficios conseguidos en términos económicos y de tiempo, añade que esta representación de AUSAPE en Canarias permite a los asistentes a sus reuniones “contactar con profesionales y empresas afines, con nuestras mismas características, para la resolución de problemas comunes”.

Para este directivo la puesta al día en las soluciones de SAP y conocer su roadmap es clave para su actividad diaria, así como compartir experiencias de producto con otras empresas de la región.

También desde sus inicios se ha implicado con las actividades Francisco Javier Coloma Escribano, Director de Sistemas de Información de Mutua de Accidentes de Canarias, quien confirma la relevancia de la Delegación. “Para nosotros SAP es nuestro principal software de gestión y es importante estar al día tanto en las implementaciones de cambios legales que nos afectan a todos, como en sus avances y la visión que tiene sobre la evolución de sus productos. En esta línea la Delegación de Canarias nos trans-

Valentín Santana Brito, Coordinador de la Delegación de Canarias.



"No me ha faltado ilusión en ningún momento gracias al apoyo y el respaldo que recibo constantemente de los compañeros que integran la Delegación, y también por parte de la oficina AUSAPE"

mite y facilita de manera cercana acceso a toda esta información clave para nosotros”, subraya.

Además, hay que tener en cuenta que las empresas canarias tienen diferentes necesidades. “El caso más cercano es la implementación del SII de la AEAT que aplicará a mediados de este año, pero que en Canarias dependerá de cuando se implemente para el IGIC en lugar del IVA. El grupo de AUSAPE Canarias nos permite poner en común con otras empresas experiencias que nos faciliten la adopción de soluciones para el negocio”, explica.

Coincide también en que la Delegación está realizando un importante esfuerzo para conseguir que se realicen exposiciones y sesiones de trabajo en la región, lo que ahorra costes y tiempo de desplazamientos.

“Una última línea que se está intentando fomentar, y que ya se realizó hace unos años, es el acceso a cursos de formación para varias empresas desplazando a formadores expertos en materias de interés para todas las compañías que participan de las actividades de la Delegación. “Acceder a formación oficial con unos precios razonables es importante para cualquier cliente de SAP y nuevamente nuestra distancia de la Península nos aleja de opciones existentes en otras comunidades”, concluye.

Los Grupos de Trabajo y las Delegaciones nos desvelan sus planes para 2017

La actividad de los Grupos de Trabajo (GTs) y Delegaciones, foros exclusivos de intercambio de conocimiento, se saldó con 76 reuniones a lo largo de 2016. La asistencia a las sesiones se situó en 2.563 personas. Cabe destacar que el formato online ya supone el 33% de los eventos y el 48% de los asistentes. Coordinadores y Delegados nos anticipan sus planes 2017.

DATABASE & TECHNOLOGY (BI-BO)

Según su Coordinador, Joan Corbella, para 2017 quiere centrar su actividad en las herramientas de Analítica Predictiva de SAP, en las nuevas funcionalidades de SAP Lumira y SAP Design Studio 2.0 y en las herramientas analíticas de SAP en Cloud.

SECTOR FINANCIERO

En los próximos meses se volcará en un reto clave para las empresas: su adaptación al nuevo SII (Sistema de Información Inmediato) de la AEAT. En opinión de su Coordinadora, Sara Antuñano, habrá un intenso trabajo en este tema, al menos hasta mediados de año. Además del nuevo sistema de gestión del IVA, el Grupo quiere estar informado sobre las novedades que vaya incorporando SAP HANA y también quiere empezar a prepararse para la NIIF 16. En 2017 este Grupo espera ver aumentada su agilidad con el nuevo SAP JAM habilitado para su uso.

INDUSTRIA 4.0

El trabajo del Grupo se centrará en profundizar en cómo la tecnología puede mejorar los procesos productivos y logísticos, además de generar vínculos entre los asistentes y compartir experiencias innovadoras en este ámbito. No tiene Coordinador en este momento.

LOGISTICS & RETAIL

A lo largo de 2017, este Grupo pondrá foco en tres áreas: trazabilidad, planificación de la demanda y gestión de almacenes, según nos cuenta su Coordinador, Mark Schnettler.

MOVILIDAD Y SAP FIORI

El Grupo que coordina Joan Carles Puig, con el apoyo de Pablo Juncosa, abordará en sus reuniones temas como, por ejemplo, SAP Fiori, SAP Mobile Platform, SAP Cloud Platform, soluciones SAP para movilidad y soluciones de terceros integradas con SAP (Neptune, Movilizer), desarrollo nativo iOS, herramientas de desarrollo y perfiles necesarios, movilidad en entornos BI, necesidades específicas de la movilidad en campo, etc.

RECURSOS HUMANOS MADRID Y BARCELONA

Ambos Grupos vienen realizando un importante seguimiento a los cambios legales que impactan en los Departamentos de Recursos

Humanos para conseguir una adecuada adaptación de los sistemas SAP, y ésta será la senda que sigan en 2017.

Sus Coordinadores, Miguel Ángel Gámez en Madrid, y Jordi Flores en Barcelona, quieren “introducir mejoras que dinamicen y animen a la participación”, explica Gámez, y también “impulsar la comunicación directa y abierta entre SAP y los Asociados”, señala Flores.

SECTOR PÚBLICO

Analizar qué puede aportar SAP HANA a las empresas del sector público y la evolución de SAP S/4HANA serán temas clave para este Grupo. No obstante, Javier Mediavilla –su Coordinador– explica que también abordarán temáticas relacionadas con la gestión y el control de costes en la Administración Pública y que permanecerán atentos a los cambios legales, especialmente SII y el modelo 190.

SOPORTE Y MANTENIMIENTO

Según su Coordinador, Jesús Miranda, durante 2017 su objetivo será analizar las soluciones de SAP en esta área e incluir en las sesiones ejemplos prácticos y casos reales de uso.

DELEGACIONES

Los Delegados de Andalucía, Baleares, Canarias, Cataluña y Levante seguirán trabajando en su labor de representación de AUSAPE, con iniciativas que impulsen el conocimiento de la Asociación y el networking entre las empresas asociadas.

No descuidarán sus sesiones sobre diferentes soluciones de SAP pero, tras escuchar los Delegados, deducimos que hay una preocupación común: el nuevo sistema de gestión del IVA o de Suministro de Información Inmediato (SII), que será un objetivo de vital importancia para las empresas durante los próximos meses.

El trabajo de los Grupos y Delegaciones será clave para impulsar la actividad de la Asociación y canalizar las necesidades de las empresas asociadas a SAP.

Con el inicio de año y como informamos en la página siguiente, también están operativos dos nuevos Grupos: SAP SuccessFactors y SAP HANA. En breve, tras sus primeras reuniones, habrá una previsión de las sesiones que se organizarán en torno a estas dos temáticas.

Nuevos Grupos de Trabajo de AUSAPE: SAP SuccessFactors y SAP HANA

A comienzos de febrero han iniciado actividad dos nuevos Grupos de Trabajo: SAP SuccessFactors y SAP HANA. Sus dos primeras reuniones han tenido lugar en las oficinas de SAP en Barcelona.

Con Jorge Márquez, de PUIG, como coordinador, el Grupo de Trabajo de SAP SuccessFactors ha celebrado el 1 de febrero su primera reunión, en la que se han organizado mesas de trabajo para que los asistentes realizaran una puesta en común de sus preocupaciones y, de ahí, poder extraer conclusiones sobre los temas en los que centrará su actividad.

Durante esta sesión, se han impartido dos ponencias, una por parte de Verónica Tenorio (SAP) sobre SAP Jam como entorno

colaborativo, y otra por parte de Julián Lafuente (DTM), sobre SAP SuccessFactors y HCP. Esta reunión ha tenido también su réplica en Madrid.

El día 2 de febrero ha iniciado actividad el Grupo de Trabajo SAP HANA, con Xavier Escribano (también de PUIG) como coordinador.

En esta reunión se han impartido las ponencias “HANA en la Transformación Digital” y “HANA 2017 state of the art”, expuestas por Noelia Soleres (SAP), y Santi Jover (Stratesys), respectivamente.

Los asistentes también participaron en mesas de trabajo, organizadas para dilucidar las temáticas que el Grupo organizará en el futuro.



Los Grupos de AUSAPE retoman su actividad

No sólo han empezado actividad estos dos nuevos Grupos de Trabajo, sino que los que ya estaban operativos poco a poco retoman sus sesiones.

De momento, ya han celebrado reuniones los Grupos de Trabajo de Recursos Humanos, tanto en Madrid como en Barcelona, y también ha empezado el año de sesiones el Grupo Financiero.

En concreto, este Grupo tiene un importante reto por delante, la adaptación al SII que entra en vigor a mediados de año. De ahí que, además de en la Asamblea General, haya celebrado ya en Madrid y Barcelona reuniones sobre este tema.

Próximas reuniones

De momento están programadas las siguientes sesiones:

2 de marzo: Delegación de Andalucía

8 de marzo: RR.HH. Madrid

9 de marzo: Delegación de Valencia

15 de marzo: Financiero (SAP BPC)

24 de marzo: RR.HH. Barcelona

6 de abril: Sector Público

12 de abril: RR.HH. Madrid

26 de abril: BI-BO



Helmar Rodriguez Messmer
Design Thinker



Ignacio González García
Ingeniero de Caminos y Doctor en Psicología

El hombre que conocía el infinito. Námaste.

Hay dos maneras de vivir una vida: la primera es pensar que nada es un milagro. La segunda es pensar que todo es un milagro. De lo que estoy seguro es que Dios existe.

Albert Einstein

Srinivasa Ramanujan fue un hombre que, a finales del XIX, surgió entre los pobres oprimidos del sur de India para alcanzar un lugar memorable entre los custodios de la sabiduría de los grandes matemáticos ingleses. A los 13 años Ramanujan ya formulaba sus propios teoremas y viviendo al borde de la marginalidad, se convirtió en una figura local, reconocida por la comunidad matemática india, a pesar de que no había completado su formación universitaria por centrarse exclusivamente en el saber matemático. Esta última fue, al menos en parte, la causa de que los intentos de sus colegas por presentarlo a los matemáticos británicos de la época fueran ignorados, hasta que en 1913 Godfrey Harold Hardy, reconocido matemático de la Universidad de Cambridge, recibió por correo nueve páginas de fórmulas de Ramanuján que le parecieron, en sus propias palabras, "casi imposibles de creer".

Invitado a Cambridge por Hardy, Ramanujan llegó a la Gran Bretaña, y allí comenzó su colaboración, aunque no podían ser más diferentes. El británico era metódico, calculador y ateo, mientras que Ramanujan era intuitivo, apegado a su cultura de origen y practicante de la religión hindú.

La espiritualidad fue uno de los rasgos más prominentes de su personalidad y de su visión del mundo. Según su biógrafo Kanigel, en una ocasión dijo: "Una ecuación no tiene significado para mí a menos que exprese un pensamiento de Dios". El matemático solía afirmar que sus teoremas y ecuaciones se le aparecían en sueños, en los que la diosa protectora de su familia, Namagiri, le mostraba ante los ojos un lienzo de sangre sobre el que dibujaba, por ejemplo, ecuaciones de curvas elípticas de modo que, al despertar, Ramanujan sólo transcribía lo que su sueño le había revelado.



Hardy, hombre práctico, mundano y agnóstico, en una continua lucha por imponer las leyes de la razón, obligaba a Ramanujan a demostrar los hallazgos que los dioses le habían servido en bandeja de plata, no sólo por los requerimientos de la comunidad académica para publicar, sino porque creía en la superioridad de la prueba sobre la verdad de la intuición. Desoyendo los consejos de su colega Bertrand Russell para fomentar el vuelo de su genio, volvía una y otra vez imponiendo su método... hasta que al final, estando ya Ramanujan enfermo de tuberculosis, Hardy se rinde ante la inmensidad de lo inaprehensible e invisible en apariencia, pero verdad en fondo, y cada uno aprende y reconoce de la verdad del otro.

LA CREACIÓN Y LA MANO DE DIOS

El desacuerdo entre Hardy y Ramanujan tiene el mayor de los alcances. El problema no consiste en la desconfianza del primero por el sa-

ber encontrado en los sueños. En 1865 Kekulé descubrió la estructura de benceno, a través de una confesada inspiración experimentada durante un sueño, en el que vio a la serpiente Ouroborus. Los empíricos ingleses habían elevado a un altar la *serendipia*, término acuñado por Horace Walpole durante el siglo XVIII, en base al cuento persa "Los tres príncipes de Serendip", que solucionaban sus problemas por casualidades que llamaríamos *chiripa*.

Parte del problema, pero no todo, lo constituía la diferencia en su interés por el formalismo. George Gheverhese en "La cresta del pavo real", en un erudito y entretenido recorrido por las matemáticas no europeas cita al *Vedanta Jyotisa*, el texto de astronomía más antiguo de la India como "la cresta del pavo real, como una gema en la cabeza de una serpiente, así son las matemáticas: la cúspide de todo conocimiento". Allí se nos narra cómo para los matemáticos no formados



en la tradición de Euclides, lo fundamental es encontrar la expresión, la solución, la joya en la cabeza de la serpiente, siendo tarea de sus discípulos intentar comprenderla o verificarla. Para ellos, es igual de notable el interés de un matemático por demostrar una fórmula que el de un escultor por explicar cómo ha hecho una estatua.

El verdadero núcleo de la cuestión es la decisión sobre si el ser humano puede crear o sólo puede demostrar a partir de axiomas, de principios. Hay dos soluciones fuertes a la duda. La platónica en la que existe un mundo puro de las Ideas, perfectas, y de ellas lo existente percibido son copias. Al ser humano le corresponde intentar alcanzar esas Ideas y recordarlas antes de caer en lo grosero del cuerpo que las conoció. La mayoría de los matemáticos, fascinados por la belleza de lo que encuentran, adoptan esta posición y piensan que el número pi o el e o los grupos de Klein, no son una creación, sino que son encontrados. Por eso se nos enseñaba a encontrar y demostrar una solución, no a inventarla. El primero que dio forma concreta y moderna a este sentimiento fue Kurt Gödel (1932) aunque fue Paul Bernays (1935) el que la expresó desde la perspectiva de la existencia defendiendo que los objetos matemáticos tienen una existencia *análoga* a la de los entes, como las piedras, y que no son abstracciones.

El otro extremo lo defendieron a finales del XIX los matemáticos franceses, como Poincaré, antiespiritualista que, al revisar una traducción de Cantor, señaló que los infinitos superiores “tenían un aroma a *forma sin materia* repugnante al espíritu francés”. Pensaba que el pensamiento matemático debe ser sobre objetos que muestren correspondencia con la realidad y pidió que el pensamiento matemático tuviera la dignidad de ser intencional. A tanto sentido común, con sentido que no por poco común dejaba de ser buen sentido, se opusieron los matemáticos rusos, por parecerles razonable que por nombrar algo, como un grupo o aleph, surgiera a la existencia.

Loren Graham en *Naming Infinity* narra la sobrecogedora historia del asalto de los marines rusos en 1913 al monte Athos para reducir a monjes que sostenía la herejía ortodoxa de “Nombrar a Dios”, como el *Peregrino querubínico*, que había alcanzado a los Departamentos de Matemáticas de Moscú y San Petersburgo. Narra la trágica historia de Pevél Florensky, el Leonardo Da Vinci de Rusia, tan religioso que se ordenó sacerdote, tan sabio que entendió la discontinuidad y tan honrado que murió fusilado, y del gran Egorov, que murió de hambre en prisión. Ellos entendieron que los números se crean, a diferencia de Kronecker, por ejemplo, estableciendo el límite de dos series. Se crean *por la palabra*.

INTELIGENCIA Y SABIDURÍA

Hardy y Poincaré, cada uno en su cultura, como Ramanuján o Florensky en las suyas, reflejan dos formas de mirar el mundo opuestas: el misterio de Oriente, la profundidad del alma eslava, la irracionalidad del romanticismo alemán, el misticismo del pietismo suabo frente a la espada de la RAZÓN, la inteligencia analítica, la ingeniería, que *divide*,

palabra que evoca el nombre de Shatan, de Satanás. Se enfrenta la sabiduría del Mago y Maestro que busca y encuentra, en la síntesis, la unidad por una parte con quienes usan la navaja de Ockham, el reduccionismo galeano, la dialéctica negativa, el diferencial no arquimédico que es “¡tan pequeño como se desea!”. Reflejan el mundo pragmático de Seth, la serpiente del paraíso, apegado a la tierra y la materia y, por otra, el vuelo de Horus, la palabra de Dios que, como explicó más brillante que convincentemente Schelling en *Los Tiempos del Mundo*, crea el Mundo en un instante, aquel en que se crea simultáneamente el presente y su pasado.

Dos culturas. Dos visiones. En una emocionante escena de la película que narra su vida, los miembros electos del Trinity College que habían despreciado a Ramanujan, cuando ya herido de muerte por la tuberculosis y reconocido por la Real Sociedad le reciben, *se inclinan*, todos, para aplaudirle batiendo la mesa con los nudillos. No podía ser su amigo, pero era un igual. Unos eran religiosos, otros ateos pero sabían, cada uno a su forma que en cada pequeña creación se vislumbra la repetición, como dice Gilles Deleuze del Juicio de *Dios*, que creó en un momento Tiempo y Kosmos mediante la Palabra.

O quizás no fuera un milagro y surgiera todo por casualidad...

Fuera o no ese primer instante fruto de la casualidad, si Él lo creó lo hizo con la Palabra, que es uno de los modos del abrirse y si no, nos toca a nosotros hacerlo. También a ti.

LA CREACIÓN

Queremos crear cosas y relaciones. Productos, servicios, marcas y nuevas relaciones, económicas y personales, unas públicas y otras privadas. Lo podemos hacer de dos modos.

Al modo del guerrero, cortando “por lo sano”, yendo “por partes”, haciendo “análisis” como hace el Psicoanalista. Es la ejecución de una ruina necesaria, porque al cortar por lo sano, lo dejamos herido, porque lo vivo no tiene partes como los mecanismos, sino *miembros*, porque el análisis deja el ser agrietado, lleno de *lisis*.

Desde la otra perspectiva podemos “empatizar” con el problema, buscar una solución que “cosa las heridas”, pero con ello no se llega al corazón y coser no quiere decir cicatrizar. No basta con agrupar, no basta con acordar, no basta con sintetizar. Muchas cosas juntas lo más que pueden formar es un montón y los montones no tienen alma.

Por eso, Newton utilizó creó un método con dos pasos análisis, primero y síntesis, después. Dos pasos como dos son las dos alas del cisne Hamsa, que en su vuelo crea el universo.

Cerramos las dos palmas frente al pecho para recordar a Ramanujan, como las dos agujas del reloj de Salman Rushdie que cada día a las doce se cierran, para que en ese instante nos inclinemos ante la Creación que se repite en cada creación.

En la palabra. En *tu* palabra.
Námaste.



Gonzalo M. Flechoso
Marzo & Abogados

Marzo & Abogados
DERECHO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Privacidad en el *Compliance*

Cuando una empresa quiere implantar en una empresa unos modelos de cumplimiento o *compliance* para evitar la responsabilidad penal por los delitos que cometan sus empleados, se deben poner en práctica medidas y procedimientos que afectan a la formación y control de las actividades que éstos desarrollan. Por este motivo, habrá que tener en cuenta el cumplimiento de las condiciones y requisitos de privacidad de los datos personales.

El Código Penal establece los requisitos de supervisión, vigilancia y control que debe cumplir una empresa para no verse afectada por los delitos que cometan sus trabajadores, en el caso de que la comisión de éstos revierta en una ventaja o beneficio para la empresa. Y estas medidas comienzan con un análisis de los posibles delitos penales que pueden cometer, y a partir de ahí, poner en marcha las acciones de control y vigilancia sobre todo lo que realizan los trabajadores. Se trata de evitar que cometan delitos o, en el peor de los casos, detectar los delitos cometidos.

Al estar relacionadas las medidas del *compliance* con la actuación de los empleados, las acciones que se lleven a cabo, vendrán relacionadas con la recogida y análisis de información y datos de los trabajadores. Así, por ejemplo, se recabarán datos de su capacitación, las funciones encomendadas, la forma en la que realizan estas funciones, los delitos que puedan cometer y, al final de todo, las denuncias de los delitos que cometan. Por tanto, habrá que considerar en los programas de *compliance* las exigencias de privacidad o protección de los datos de carácter personal.

Estas implicaciones de la privacidad en las actividades de supervisión, vigilancia y control de los empleados, comienzan desde el primer momento, cuando son seleccionados para un puesto de trabajo, ya sea por su contratación, por su promoción o por la simple designación de un puesto o función. A partir de este momento ya se iniciarán unos tratamientos de datos distintos a los que se venían haciendo antes de implementar los programas de cumplimiento normativo. En definitiva,

Al estar relacionadas las medidas del *compliance* con la actuación de los empleados, las acciones que se lleven a cabo, vendrán relacionadas con la recogida y análisis de información y datos de los trabajadores.

en ese instante comienza la necesidad de garantizar los derechos de los trabajadores y el cumplimiento de los principios sobre el tratamiento de los datos de carácter personal.

Posteriormente se controla el desempeño de su trabajo, con datos no sólo sobre el puesto que se la ha asignado en la compañía, sino también la forma en la que lo lleva a cabo. Para ello se pueden emprender diferentes acciones, pero la mayoría de ellas derivarán en la recogida de información del propio trabajador. Se supervisa el uso de los diferentes recursos puestos a disposición del trabajador, dispositivos electrónicos, como los ordenadores y teléfonos móviles; los permisos y autorizaciones para el uso de infraestructuras de la empresa, como las cuentas de usuario, claves de acceso, tarjetas de identificación;

se controlan los contenidos e información transmitida con otros empleados, clientes, proveedores, etc. y, en general, todo tipo de información relacionada y vinculada con una persona física, el empleado.

Todas estas labores de supervisión, vigilancia y control del trabajador suponen la captación de sus datos personales, que en muchos casos no sólo se ciñen a información del desempeño de su trabajo, sino que también estarán relacionados con su vida personal e incluso con su personalidad.

La empresa también se nutre de información y datos de sus empleados, no por la propia labor de vigilancia y control, sino por la que realizan los propios trabajadores, dado que entre otras de las medidas que se adoptan en el *compliance* son los canales de denuncias o *whistleblowing*, donde son los propios



trabajadores quienes denuncian las acciones de otros compañeros. En estos mecanismos de denuncias entre trabajadores se debe tener en cuenta la protección del denunciante ante las posibles represalias y amenazas por el resto de compañeros como, por ejemplo, la protección del denunciado ante la posibilidad de denuncias falsas. Por ello, deberá garantizarse en todo momento la confidencialidad de estos canales de denuncia.

Todas estas exigencias del cumplimiento de la privacidad en el manejo de los datos de los trabajadores obliga a la empresa, al establecer las medidas de supervisión, control y vigilancia del *compliance*, a garantizar los derechos de los trabajadores al tratar sus datos de carácter personal, así

Implantar un programa de cumplimiento normativo o *compliance* puede evitar a la organización la responsabilidad por los delitos penales que puedan cometer sus empleados.

como a cumplir los principios de la protección de datos, como el de calidad, información, consentimiento, seguridad, confidencialidad, etc.

El hecho de implantar un programa de cumplimiento normativo o *compliance* puede evitar a la organización la responsabilidad por los delitos penales que puedan cometer sus empleados. Por el contrario, el no cumplimiento por parte de la compañía de las exigencias sobre la privacidad en el tratamiento de los datos de carácter personal, a la hora de implementar el *compliance*, sí supone para ésta una responsabilidad, que derivará en una sanción económica, además de la repercusión mediática que puede afectar a su reputación y credibilidad.

NUESTROS ASOCIADOS



INFORMACIÓN PERSONAL

- **Lugar de nacimiento:** Barcelona
- **Aficiones en su tiempo libre:** son muchas y diversas (música, arte, lectura,..), pero sin duda la que me apasiona y más me aporta es la natación en mar abierto. La practico de abril a diciembre en la Costa Brava y tras cada travesía siempre salgo con ideas y energías renovadas. Viajar junto a mi mujer por todo el mundo es también otra de mis preferencias.
- **Un restaurante de la ciudad en la que reside, que recomendaría al resto de asociados y lugares que deberían visitar si van allí:** dado que el año lo comparto en dos residencias, es decir, en Barcelona (Gracia) recomiendo “La Pubilla”, Plaça de la Llibertat, 23, y visitar toda la obra de Gaudí. En Girona (Palamos _La Fosca) recomiendo “La Salinera”, donde se puede visitar todos los caminos de ronda y sus maravillosas vistas.
- **Escritor preferido y la mejor de sus obras, en su opinión:** Leo mucho y de diversas temáticas, por lo que no tengo un único escritor preferido, pero aquí van algunas recomendaciones: Muriel Barbery con su exquisita “La elegancia del erizo”; Mario Alonso Puig con “Vivir es un asunto urgente”; e Isaac Asimov, con sus dos trilogías de “La Fundación”.

Carlos Fuertes Santaeulalia

Carlos Fuertes se incorporó a Vallformosa en abril de 2014, como Director de Organización y Sistemas de Información (CDO) & Change Manager (Interim), formando parte del Comité de Dirección de la compañía. Su principal función fue la de facilitar y liderar los necesarios cambios organizativos que la empresa requería con urgencia. Desde entonces, con cada mejora de los procesos organizativos de gestión, se está incrementando y optimizando el uso de las TIC, siendo el ERP SAP una de las más aprovechadas.

¿Cuándo se fundó Vallformosa y cuál es su misión principal?

El excelente equipo de personas que formamos hoy la compañía, nos sentimos muy orgullosos de estar celebrando nuestro 150 aniversario, gracias a la iniciativa y el esfuerzo de Francisco José Domènech (1839-1909), que fue el fundador y el impulsor de la tradición vitivinícola en su familia y el primero en buscar la perfección en las cosas bien hechas.

A nuestra pasión, tradición y experiencia, en 2014 unimos una nueva visión y visión estratégica, más una palanca de cambio que es el exitoso proyecto de reingeniería de “todos” los Procesos de Gestión de la compañía (“Vallformosa BPM”).

El buen resultado de este proyecto no sólo nos está facilitando y agilizando la consecución de todas las mejoras incrementales (Innovación Evolutiva), sino que también sienta las bases para el nuevo proceso de Innovación Disruptiva que este año iniciamos.

Ser conscientes que “el cambio es una constante” que toda organización debe tener presente en su día a día, es una de las claves que nos está facilitando una transformación positiva y ágil.

Vallformosa es hoy el cuarto productor mundial de cava y exporta el 85% de su producción.

¿Desde cuándo es su compañía usuaria de SAP y por qué eligió a la compañía como su proveedor de software?

Desde 2007. Se unieron dos razones: por una parte, en temas de Consultoría y soporte humano, demostraba ser el más maduro en nuestro sector (gestión del conocimiento) por lo que se estimaba una rápida implantación. Por otra parte, por la solidez y la mejora constante de la herramienta (ERP) por parte del fabricante.

¿Qué soluciones SAP utiliza su compañía y desde cuándo?

Empleamos desde el inicio los siguientes módulos de SAP ERP(ECC) 6.0: CO, FI, MM, PP, QM, SD, y desde finales de 2016 también WM.

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

En los orígenes el principal objetivo fue eliminar el mix (software a medida y estándar) de diversas soluciones de carácter departamental, para ir hacia un ERP estándar pero pre-parametrizado para nuestro sector, que pudiese apoyar toda la cadena de valor básica de la empresa.

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

Cuando arrancamos perseguíamos y obtuvimos como beneficio inmediato la seguridad y la trazabilidad de la información, pero con los años, hemos confirmado también el ahorro, la mejora de los procesos y una mayor agilidad en la toma de decisiones debido a un aumento en la eficiencia de nuestra gestión.

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

Las áreas de Organización y Gestión del Cambio también forman parte del alcance de nuestra área funcional, por lo que siempre somos punta de lanza de todo proceso transformacional (personal, valores, digital,...) de la compañía.

Gran parte de los proyectos van dirigidos a la transformación de nuestros procesos productivos y de gestión, tanto internos como externos (estrategia online,...), pero también estamos iniciando proyectos orientados a la gestión del talento (Personas) como elemento diferenciador.

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

A título personal ya conocía AUSAPE desde hace bastantes años pero fue a finales de 2015 cuando nos asociamos. AUSAPE nos aporta una buena plataforma que, de forma conjunta y centralizada, nos permite comunicar a SAP nuestras necesidades, además de ser un excelente transmisor de información entre los miembros.



DE UN VISTAZO

Vallformosa

GROUP

Nombre de la empresa:

Masía VALLFORMOSA S.L.

Sede:

Barrio la Sala de Vallformosa 45,
08735, Vilobí del Penedès (Barcelona)

Sector:

VitiVinícola, Cava

Facturación:

30 millones de euros

Número de empleados:

90

Web site:

www.vallformosagroup.com/es/equipo-directivo.html



José María Azcárate
Socio de Strategy Big Data
www.strategybigdata.com



Y ahora a los CEOs les va a tocar lidiar con la CIA...



Si se sigue cumpliendo la Ley de Moore, y nada hace presagiar lo contrario, un ordenador de los que tenemos por casa alcanzará la capacidad de computación del cerebro humano en torno al año 2025 (ahora tienen la de un ratón). Pero es que se estima que en el año 2045, ese mismo ordenador tendrá la misma capacidad de computación que todo el conjunto de la humanidad (aquí encajaría muy bien la carita ojiplática del WhatsApp).

Todo va muy rápido. Demasiado rápido. Extremadamente rápido. Y todo tiene una estrecha relación con la capacidad de computación de todas las “maquinitas” que nos rodean.

Hay un “efecto red” que puede escaparse de nuestro control y un solo hecho, una persona, un tuit... puede provocar acontecimientos descomunales. El efecto mariposa elevado a su máximo exponente. Y para muestra, un botón: abril de 2011. La revista Time hace público su listado de las cien personas más influyentes del mundo ese año, y pone como número uno, y persona más influyente de todo el planeta, a Wael Ghonim. Este chico de apenas 30 años ha sido clave en la revolución egipcia que provocó la caída de Mubarak, hecho fundamental en el movimiento conocido como “Primavera Árabe”. Wael no era político, ni empresario, ni era millonario, ni deportista, ni siquiera era conocido. Desmontó el sistema usando como arma las redes sociales.

En este escenario hiperconectado el impacto que cada persona puede tener en el mundo es de una magnitud difícilmente imaginable en el pasado. La teoría de las redes afirma que el número de indi-

viduos sobre los que tradicionalmente una persona podía tener un impacto directo es el número de Dunbar, de alrededor de 150. Ése era el número aproximado de los componentes de las tribus del paleolítico, de los poblados granjeros en el neolítico, y de las unidades militares del ejército, tanto en la Roma antigua como en los ejércitos modernos. Esto es así porque es el número aproximado de personas con las que un ser humano puede mantener relaciones sociales de manera estable. Sin embargo, gracias a las redes sociales, este número se ve multiplicado hasta alcanzar valores inimaginables, de forma que cada uno de nosotros puede impactar de forma directa en nuestros amigos (150), en los amigos de nuestros amigos (150 al cuadrado), y en los amigos de los amigos de nuestros amigos (150 al cubo), lo que equivale a más de tres millones de impactos potenciales. El poder de impacto de un solo individuo es inmenso.

La combinación de “rapidez” e “híper conectividad” provoca que determinados logros se produzcan en tiempos record. Por ejemplo, el teléfono fijo tardó 75 años en tener 50 millones de usuarios; Angry Birds necesitó... 35 días.

Tenemos entonces máquinas con una capacidad de computación hasta ahora inimaginable, vivimos además en un mundo interconectado donde cualquier decisión puede tener repercusión global e inmediata, ¿qué debemos hacer para tomar las decisiones correctas en el momento adecuado? Sencillo: aplicar la inteligencia. La Inteligencia Artificial.

Durante la Segunda Revolución Industrial la electricidad irrumpió en la industria, y sector al que llegaba, sector que revolucionaba. Hubo un antes y un después del momento en el que la electricidad se hizo presente en las empresas. Pues lo mismo va a pasar en breve con la Inteligencia Artificial (IA). Y no hablamos de ciencia ficción; aunque no podríamos decir que la IA esté “instalada” de forma general en ningún sector, sí que hay muchas empresas que utilizan técnicas de IA en su día a día y con resultados normalmente mucho mejores que sus expectativas más optimistas. Andrew Ng, director del Laboratorio de Inteligencia Artificial de Stanford, ha dicho hace poco que en cinco años todas las empresas tendrán una “estrategia de Inteligencia Artificial”.

Es decir, que surgirá en las empresas la figura del responsable de IA, y al igual que se están poniendo de moda puestos como el Chief Data Officer (CDO) o Chief Transformation Officer (CTO), en breve tendremos como figura clave en las compañías al Chief Artificial Intelligence Officer, pero como las siglas quedan un poco raras (“CAIO”), podríamos dejarlo en Chief of Intelligence Artificial: CIA. Consejo de administración, a la izquierda del CEO, el CFO, y a su derecha... la CIA. A ver quién le lleva la contraria.

Acierta en
tus decisiones

Posicionamiento
de soluciones

Panorama
tecnológico

Tendencias TIC

Networking

Análisis
competitivo

Mejores
prácticas



“Penteo te proporciona conocimiento TIC y apoyo para crecer”



COMUNIDAD PARA
EJECUTIVOS TIC



TENDENCIAS Y CONOCIMIENTO
PARA PROFESIONALES TIC



PROCESOS DE COMPRA



POSICIONAMIENTO SOLUCIONES
Y SERVICIOS



POTENCIA TU ÁREA TIC



ANÁLISIS DE MERCADO



ACOMPañAMIENTO EN
PROYECTOS



ACERCAMIENTO AL MERCADO

¡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