

AUSAPE

Nº 50. Julio 2017

El de las 3Rs: AUSAPE clausura su Fórum con tres récords para la historia



TAMBIÉN EN ESTE NÚMERO



La revista
cumple
10 años

Entrevistamos a:

João Paulo da Silva, Director General de SAP
España, Portugal e Israel

Mario Rodríguez, CIO de Siemens en España



Tecnocom

Líder en Soluciones y Servicios TIC

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

MÁXIMA CALIDAD EN CADA PROYECTO:

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



Consultoría | Tecnología | Outsourcing
www.tecnocom.es

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

¡La revista cumple 10 años!

La Revista AUSAPE llega a sus 10 años en el mercado y a la cifra redonda de 50 números, consolidada como publicación de referencia para la comunidad SAP. Repasamos su evolución e incluimos un especial conmemorativo de su décimo aniversario.

Enero. Primer número.

Colaboración publicitaria: Seidor, Stratesys y la UOC.

Abril. Número 2 dedicada a la tercera edición del Fórum GT (hoy Fórum AUSAPE). 36 páginas

Julio. 8 anunciantes y 40 páginas. Compuesta por Noticias y Eventos, una entrevista, artículos técnicos, Rincón Legal y Firma Invitada.

Octubre. Última edición del año de la revista. Se publicaron cuatro revistas en total. Número máximo de anunciantes en el año: 9.

Enero. Se cedió la portada a SAP Enterprise Support.

Abril. Con SOA en su portada, se alcanzan las 72 páginas y los 14 anunciantes. La revista estrena nueva sección: Gadgets Tecnológicos.

Julio. Se publica un monográfico dedicado a "SAP en las Administraciones Públicas".

Octubre. Aparece una sección concreta dedicada a los foros de discusión: "Rincón de los Grupos de Trabajo".

Noviembre. Se edita un nuevo monográfico dedicado a SAP BusinessObjects.

Abril. Cambio en el equipo gráfico y de redacción de la revista. Convertimos las personas en los protagonistas.

Julio. Se incluye un especial de 22 páginas sobre el Fórum AUSAPE, que incluye por primera vez "La opinión de los asistentes".

Septiembre. Primer monográfico de la nueva etapa, dedicado a la Movilidad en la empresa.

Noviembre. Primera revista bilingüe, con motivo de la celebración en Madrid de SAPPHERE Now!. Bajo el título "SAP en femenino". Récord de páginas en su historia: 116.

Diciembre. Monográfico sobre Pymes. Incluye especial de SAPPHERE NOW!



Febrero. La Asamblea como principal tema. Vuelve a sus páginas la sección Rincón GTs.

Marzo. Monográfico dedicado a las Migraciones en SAP, tema relevante para el Asociado.

Mayo. Ese año la revista previa al Fórum llevó a portada los canales de influencia en SAP. Se estrena la sección "Conectados con AUSAPE", con el Asociado como protagonista.

Julio. El Fórum crece hasta casi 500 asistentes y su relevancia en la revista también.

Octubre. SEPA preocupa al Asociado, y el tema es portada en la revista.

Diciembre. Un número muy especial para decir adiós a la Junta Directiva de entonces.

Febrero. De nuevo, la Asamblea General se hace hueco en nuestra portada y en el interior de la revista.

Marzo. Intentamos sorprender. Portada minimalista y con mucho mensaje, con la cobertura del SAP Fórum. Nueva sección: "Uno de los nuestros", con las experiencias de nuestros Asociados en el extranjero.

Junio. La revista pre-Fórum vuelve a destacar los casos de éxito de los Asociados en proyectos SAP.

Julio. La cobertura del Fórum gana terreno ese año, con casi 30 páginas dedicadas al evento.

Septiembre. La Experiencia de Usuario, en la portada. Un tema de plena actualidad.

Diciembre. AUSAPE presenta su nueva identidad. La publicación se adapta a la nueva imagen.

Febrero. Las claves de una nueva Asamblea General acaparan el número.

Marzo. AUSAPE, con las empresas en su adaptación a SII, y la revista también.

Junio. La Asociación celebra el récord de las 500 empresas asociadas. Ellas protagonizan nuestra portada. Incluye también amplios resúmenes de la última Jornada para Directivos y del evento de Audits y Accesos Indirectos.

Julio. Nuevo especial del Fórum.

2013

2014

2015

2016

2017

Febrero. Se da la bienvenida al nuevo equipo de dirección. Estrenamos la sección AUSAPE Global. AUSAPE está de aniversario, y la portada de la revista lo celebra todo el año con el lema "20 años creciendo juntos".

Marzo. La aplicación del sistema Cret@ inquieta, y tiene su reflejo en la revista.

Junio. Analizamos a lo grande (72 páginas) los 20 años de AUSAPE. Nacen las secciones "Nuestros CIOs opinan" y "Al habla con los asistentes a los GTs".

Julio. El Fórum de 2014 copa nuestras páginas.

Septiembre. Los casos de éxito cobran aún más relevancia. Son tema especial de este número.

Diciembre. Presentamos un nuevo diseño, más visual. Fue un número centrado en las Pymes, 'leit motiv' de las XIII Jornadas AUSAPE.

Febrero. Damos la bienvenida a la nueva Junta Directiva de AUSAPE. Dedicamos páginas especiales a la formación en SAP y ampliamos el espacio de los Grupos de Trabajo y Delegaciones.

Marzo. En nuestra portada de ese mes, la I Jornada para Directivos organizada por AUSAPE, y el SAP Fórum.

Junio. Incluye un avance de la XII edición de Fórum AUSAPE. Refleja la apuesta de la Asociación, vista ya en 2015, de incluir más entrevistas con los protagonistas de la actualidad. Ni 1, ni 2, ni 3... en total, 5.

Julio. Amplio resumen del Fórum, que reunió a 696 asistentes.

Octubre. Un número de 76 páginas, con nuestros Coordinadores de Grupos de Trabajo y Delegaciones en la portada por primera vez. Se incorpora la sección "Grupos a Fondo".

Diciembre. Dos iniciativas de AUSAPE, los SAP Day y el evento de Localización en SAP, en la portada.





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

Publicidad

gestor@ausape.es

Redacción

comunicacion@ausape.es

Depósito Legal:

M-10955-2007

Edita

AUSAPE

Impresión

Advantia

www.ausape.es

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.



Mónica García Ingelmo

Vicepresidenta de AUSAPE en representación de Orange España

Mucho que celebrar

Estimado Asociado,

Hemos superado la primera mitad de año y es un buen momento para hacer balance y, en este caso para celebrar.

Hace escasos días tenía lugar nuestro Fórum, que se ha convertido en el mayor de los eventos organizados hasta la fecha por AUSAPE y que ha contado por primera vez con más de 800 asistentes. No sólo eso, sino que esta edición ha alcanzado récords históricos en participación de empresas –más de 300– y de patrocinadores –más de 50–.

Nuestros Asociados y la comunidad SAP mantienen un elevado nivel compromiso con este evento que, desde sus comienzos, no ha dejado de crecer, y eso nos motiva a seguir destinando esfuerzos a esta cita tecnológica cada vez más consolidada como punto de encuentro para todos nosotros.

La revista dedica un amplio especial a este tema, con resúmenes de todas las sesiones e iniciativas que se han llevado a cabo los días 21 y 22 de junio en Sevilla, y celebra con nosotros su éxito. La publicación ha sido fiel testigo de todo lo que acontece en AUSAPE desde su lanzamiento en 2007, y repasamos en este número su trayectoria de 10 años acompañándonos a la hora de difundir la información y de vertebrar la Asociación. Hoy es publicación de referencia en el entorno SAP y a ello han contribuido un buen número de personas en sus distintas etapas, fruto del apoyo decidido de todas las Juntas que han dirigido AUSAPE. Por tanto, conmemoramos también sus 50 números en el mercado.

Hemos querido también que la totalidad de nuestros Asociados, más de 500, sean protagonistas de este número y, por eso, en nuestras páginas centrales incluimos los logos de todas y cada una de las empresas que forman parte de AUSAPE. El pasado mayo se superó esta cifra, que nos confirma que vamos en la buena dirección y nos permite mirar al futuro con optimismo, así como plantearnos nuestros retos.

En pocos días nos iremos de vacaciones, pero ya pensando en el último tramo del año, en el que se pondrán en marcha nuevas iniciativas y se retomarán otras que han tenido muy buena acogida a lo largo de 2016. Os avanzamos que estamos ya preparando nuevas visitas al Centro de Soporte SAP, la III Jornada de Coordinadores y Delegados y la primera Jornada para Directivos, que tendrá lugar en Madrid, tras dos ediciones en Barcelona.

Esperamos que disfrutéis de la revista y de las vacaciones. ¡Feliz verano!



Nuestros colaboradores habituales

HELMAR RODRÍGUEZ

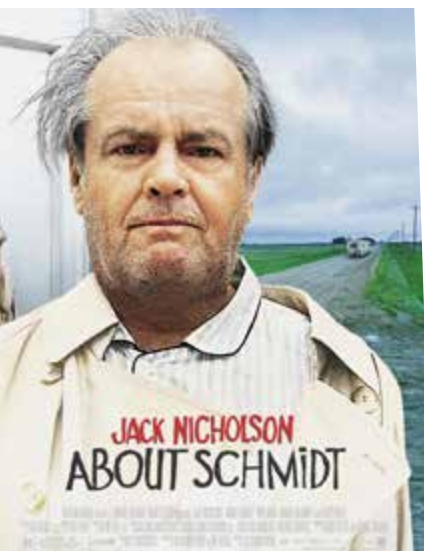
Helmar es Innovation Principal de SAP EMEA. Con una formación que combina el enfoque empresarial con una fuerte base humanista, imparte seminarios de desarrollo personal, comunicación, liderazgo y oratoria en España, Portugal y Latinoamérica. Le puedes encontrar en nuestra sección 'Virus de la Mente'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

IGNACIO GONZÁLEZ GARCÍA

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

ANA MARZO

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



DESTACAMOS A ... 03

NOTICIAS 04

ESPECIAL FÓRUM AUSAPE 2017 10

Un Fórum para la historia: AUSAPE logra reunir en Sevilla a más de 800 profesionales
 AUSAPE reconoce la labor de los Coordinadores de sus Grupos de Trabajo y Delegaciones
 Pep Torres: "Las ideas están ahí pidiéndote que las hagas realidad"
 El primer Foro de Empleo para la comunidad SAP en España, novedad en el evento
 El Fórum AUSAPE, cita ineludible para João Paulo da Silva
 ... Y el 'tsunami' del SII no podía faltar en el Fórum
 Inteligencia Artificial, en directo, con Watson
 SAP Cloud Platform y SAP S/4HANA, protagonistas de las sesiones técnicas
 Las sesiones demo aumentaron su número en esta edición
 Nuevo récord: 35 casos de éxito expuestos en las sesiones paralelas
 La opinión de los asistentes
 La perspectiva de los patrocinadores
 AUSAPE hace balance de la decimotercera edición
 Críticas y sugerencias de cambio que nos permiten mejorar
 Networking

10 AÑOS DE REVISTA - 50 NÚMEROS 46

10 años de revista al servicio del Asociado
 David Bautista, "La revista fue una apuesta muy meditada y debatida"
 Susana Moreno, "2011 fue un año crítico, lleno de desafíos y de cambios"

NUESTROS CIOS OPINAN 50

Mario Rodríguez Manzanares, CIO de Siemens en España

ENTREVISTA 52

João Paulo da Silva, Director General de SAP España, Portugal e Israel

CASO DE ÉXITO 54

Tecnologías para la movilidad empresarial, transformando la relación con el cliente en Frit Ravich
 Heineken afronta la transformación digital de la gestión de personas con SAP OpenText
 Employee File Management

EN PROFUNDIDAD 58

El principio es la mitad del todo
 El papel de las hojas de cálculo en la tesorería corporativa actual
 Cómo disponer de un servicio de mantenimiento de aplicaciones exitoso

EL VIRUS DE LA MENTE 64

A propósito del tiempo

RINCÓN LEGAL 66

Celebramos 10 años con la revista

EN CONTRAPORTADA 68

Innovación, en la práctica



FÓRUM AUSAPE 2017 (pág. 10)



10 AÑOS DE REVISTA - 50 NÚMEROS (pág. 46)
10 años de revista al servicio del Asociado



NUETROS CIOS OPINAN (pág. 50)
Mario Rodríguez Manzanares, CIO de Siemens en España



NOTICIAS (pág. 08)

AUSAPE participa en el primer F2F Meeting de SUGEN de 2017

ENTREVISTA (pág 52)

João Paulo da Silva, Director General de SAP España, Portugal e Israel



AUSAPE dona a AUTISMO SEVILLA parte de la recaudación del Fórum

Durante la sesión de apertura de Fórum AUSAPE, la Asociación hizo entrega del donativo que realiza, de forma habitual, a una organización sin ánimo de lucro con sede en la ciudad donde se celebra su Fórum.

Este año, el donativo, consistente en el 5% de la recaudación obtenida con las inscripciones a la decimotercera edición de Fórum AUSAPE, se ha entregado a AUTISMO SEVILLA, una Asociación que nace en 1978 a partir de la unión de un grupo de padres y madres que querían ofrecer a sus hijos, con Trastorno del Espectro del Autismo, los recursos específicos para sus necesidades.

Hoy es la única entidad en Sevilla y su provincia especializada en Autismo y un centro de referencia en este ámbito, donde las familias, profesionales de diferentes ramas y otras entidades pueden encontrar asesoramiento, información, formación especializada y acompañamiento.

De mano de Mónica García Ingelmo, vicepresidenta de AUSAPE, recogió el donativo Mercedes Molina, madre de un chico con Trastorno del Espectro del Autismo, que lleva al frente de la Asociación AUTISMO SEVILLA como Presidenta desde el año 1999 y es también Presidenta de la Federación Autismo Andalucía.

AUSAPE quiere contribuir a mejorar el entorno y las comunidades que nos rodean. Y, en este sentido, periódicamente la Asociación realiza donaciones para ayudar a proyectos de mejora asistencial y desarrollo, y lo hace coincidiendo con sus dos principales eventos anuales: la Asamblea General y el Fórum. En los últimos años hemos realizado aportaciones a organizaciones como Intermon OXFAM, Cruz Roja, Médicos Sin Fronteras, Cáritas, Fundación Vicente Ferrer, ASPANOA o la Asociación de Padres de Niños con Cáncer de Aragón.



A la izquierda, Mercedes Molina, acompañada de Mónica García Ingelmo y Xavier Ballart.



La nueva web de la Asociación ya está operativa

La Asociación sigue transformándonos para crecer y ofrecer más y mejores servicios, bajo las directrices que marca el actual Plan Estratégico. Una prueba de ello es la nueva web de AUSAPE, que está operativa desde principios del mes de julio y que da servicio a más de 5.000 usuarios registrados.

Su presentación oficial se realizó en Sevilla, durante la sesión de inauguración del Fórum. De ella, Xavier Ballart, Presidente de AUSAPE dijo que “está pensada para que todos encontremos fácilmente la información más reciente y de utilidad para nuestro trabajo diario y que todos nos podamos beneficiar de las actividades de la Asociación”.

La nueva web, como explicó en su discurso de apertura del evento, es:

- Totalmente 'responsive' y adaptada a todo tipo de dispositivo (PC, tablet o smartphone).
- Tiene un diseño adaptado a la identidad corporativa de la Asociación.
- Es sencilla y fácil de usar.
- Conserva las funcionalidades de la anterior web pero mejoradas.

En el diseño del nuevo sitio web, la Asociación ha hecho hincapié en su apariencia, que busca un equilibrio entre su alineación con la identidad corporativa y una sencilla experiencia de usuario, y también en la funcionalidad que ofrece en su área privada, en la que los representantes de las empresas asociadas encontrarán toda la información relevante y la documentación que requieren.

Incluye una página de inicio más sugerente y mantiene sus secciones habituales (AUSAPE, Asociados, GTs y Delegaciones, Eventos, Sala de Prensa -antes Comunicación-, Acuerdos, Internacional y Ayuda), que se han rediseñado para ser más atractivas, ofrecer un contenido más ordenado y de más valor.



SAP celebra sus 30 años en España

SAP España ha celebrado sus tres décadas de presencia en nuestro país. Fue a finales de mayo de 1987 cuando la compañía alemana abrió en Barcelona su sexta oficina en el extranjero. Dos años después, como consecuencia del crecimiento que estaba experimentando su negocio y de la elevada demanda, trasladaba a Madrid su sede en España.

Según la compañía, atraviesa actualmente uno de los mejores momentos de su historia en España. No en vano, en los últimos 10 años ha más que duplicado su facturación, incrementado su plantilla en casi un 60% y crece a un ritmo cuatro veces superior al del sector TIC.

En palabras de João Paulo da Silva, Director General de SAP España, Israel y Portugal, "para mí es un orgullo dirigir una compañía cuyas soluciones se encuentran en el corazón de más de 6.000 empresas españolas y son el motor en el que estas sustentan su evolución. Además, SAP ha adquirido un peso específico en el panorama económico español, ya que el negocio que genera va más allá de sus propias paredes: a lo largo de estos 30 años hemos creado un ecosistema de partners del que forman parte 86 empresas y hoy en día hay más de 10.000 profesionales dedicados a la práctica de SAP en España".

Nuevos Asociados



En este número damos la bienvenida a:



LAFARGA
Sector Industria
www.lafarga.es



GAEZ
Impresión gráfica
www.gaez.es



GREDOS SAN DIEGO
Educación
www.gredossandiego.com

SIEMENS

SIEMENS
Fabricación y servicios
www.siemens.com/es/es/home.html



CIE AUTOMOTIVE
Automoción
www.cieautomotive.com

Atos | Atos presenta Orchestrated Hybrid Cloud para SAP

Las necesidades de negocio cambian continuamente. Es por ello que las empresas deben renovarse rápidamente como parte de su transformación digital. La nube proporciona este nivel de flexibilidad y seguridad a través de las múltiples opciones que proporciona, desde el gobierno y la seguridad de la nube privada hasta la apertura y escalabilidad de la nube pública.

La oferta Orchestrated Hybrid Cloud para SAP de Atos se compone de una gama de servicios gestionados en Cloud para entornos SAP (incluido SAP HANA), y es una solución de ventanilla única que permite a las empresas impulsar aplicaciones y procesos basados en SAP en la nube, ofreciendo mayor flexibilidad, escalabilidad, seguridad, eficiencia operativa mejorada y reducción de costes. Los clientes tienen la flexibilidad de utilizar múltiples estructuras de nube a través de un portal único con ServiceNow ITSM.

Esta plataforma, componente clave de la Digital Transformation Factory de Atos, incluye 30 de los servicios de soporte más comunes, la experiencia de los más de 3 millones de usuarios de SAP y aprovecha la funcionalidad completa del software SAP Landscape Management.





an **NTT DATA** Company

**TE PROPORCIONAMOS LA
RESPUESTA MÁS ADECUADA.
LO QUE TU NEGOCIO NECESITA.
NI MÁS NI MENOS.**

EVERIS
SAP BUSINESS
UNIT



attitude makes the difference

Consulting, IT & Outsourcing Professional Services

AUSAPE participa en el primer F2F Meeting de SUGEN de 2017



Los Grupos de Usuarios de SAP que forman parte de SUGEN se volvieron a reunir en Walldorf durante cuatro días para poner en común sus inquietudes y compartir un conjunto de mejores prácticas para mejorar sus servicios y ofrecer un alto valor a las empresas asociadas.

La primera reunión del año de SUGEN tuvo lugar entre el 29 de mayo y el 1 de junio en Walldorf, en la sede de SAP. A la ciudad alemana se desplazaron los miembros de la Delegación Internacional de AUSAPE, así como representantes de otras 15 asociaciones, con el objetivo de realizar una revisión de últimas novedades de SAP y también compartir experiencias y diferentes enfoques sobre la operativa de las diferentes asociaciones.

Así, en el encuentro se organizaron diferentes sesiones de Design Thinking para abordar asuntos que afectan a todas las Asociaciones como, por ejemplo, su capacidad de atraer e implicar a los usuarios de negocio en sus iniciativas y actividades, o el impacto de la Transformación Digital en la evolución de los Grupos de Usuarios.

Asimismo, se realizaron varios workshops sobre temas como el marketing digital o cómo atraer a buenos portavoces que cuenten sus casos de éxito e impulsar la asistencia y participación de los Asociados en los eventos organizados por los Grupos de Usuarios, éste último coordinado por AUSAPE. Distribuidos en diferentes grupos, los miembros de las distintas asociaciones analizaron qué tipos de acercamien-

to al Asociado son los que dan mejores resultados, qué enfoques serían los más idóneos para conseguir que más clientes expusiesen sus casos de éxito o cuáles pueden ser las retenciones de las empresas a la hora de contar sus experiencias.

También se realizaron sesiones de intercambio ejecutivo, en las que SAP dio a conocer algunas novedades. En este sentido, nuestra

Delegación Internacional destaca la creación de una nueva comunidad que reunirá a los desarrolladores y usuarios clave (key users) que trabajan con SAP Fiori. Su objetivo es facilitar las claves de aplicación de SAP Fiori en proyectos reales. Los interesados se pueden incorporar en Experience.sap.com/FioriMakers.

Destacable es también el anuncio de un white paper que SAP está preparando, sobre Audits y Accesos Indirectos, un tema de interés para todos los usuarios de soluciones de la firma y sobre el que AUSAPE ha

puesto el foco este año con una serie de workshops presenciales y online a lo largo de este año, en colaboración con USF, el Grupo de Usuarios de SAP en Francia. El último de ellos ha sido un webinar que ha tenido lugar el pasado 28 de junio.

AUSAPE pondrá a disposición de las empresas asociadas las principales presentaciones técnicas, entre las que figuran una sobre cómo mover las aplicaciones a SAP S/4HANA o las claves para integrar Cloud en la estrategia de TI corporativa.



La Delegación Norte de AUSAPE celebra su primera reunión en Bilbao

El día 15 de junio tuvo lugar la primera reunión de la Delegación Norte en Bilbao. El objetivo de esta nueva representación de AUSAPE es mantener reuniones periódicas entre los Asociados que aborden temáticas relacionadas con SAP, que puedan dar respuesta a los retos que tienen las empresas usuarias de soluciones del fabricante.

En esta primera sesión, que tuvo lugar en el Palacio Euskalduna,

se abordaron diferentes temáticas en torno a los modelos de negocio.

Este tema también lo trató personal de Ibermática. La consultora, además, contó a los asistentes la experiencia de Ilunium, mediante una presentación de Estíbaliz Rotaecha, directora de este proyecto en Ibermática.

Esta Delegación se une a las ya existentes en Andalucía, Baleares, Canarias, Galicia y Levante.



SAP anuncia la primera compañía que trabaja con Google Cloud Platform

Tras anunciar a principios de año su alianza con Google, SAP acaba de dar a conocer el nombre de la primera compañía que trabaja con SAP S/4HANA sobre Google Cloud Platform: Sovanta.

Se trata de una mediana empresa que suministra aplicaciones empresariales cuyos clientes se encuentran fundamentalmente en Europa Central y en sectores como automoción, fabricación, retail y utilities. Sovanta comenzó a trabajar con SAP S/4HANA hospedada en Google Cloud Platform, empenzando por SAP S/4HANA Finance, que está ya funcionando, y ya tiene previsto añadir otros procesos de negocio con el tiempo.

Según su fundador y miembro del Consejo de Administrador, Michael Kern, la firma necesitaba una base estable que sostuviera su crecimiento y, por su tamaño, no quería tener que gestionar infraestructura. "La clave es que no tenemos que dedicar tiempo a cuidar de nuestros sistemas, de forma que nos podemos centrar en crear valor para nuestros clientes", señaló.

Gartner confirma que los servicios de seguridad Cloud crecerán un 21% este año

Gartner ha dado sus previsiones sobre el mercado de servicios de seguridad basados en Cloud, y confirma que crecerá en 2017 un 21 por ciento hasta situarse en los 5.900 millones de dólares. En sólo dos años y medio, en 2020, esta cifra será de 9.000 millones de dólares.

Según los datos de la firma de investigación, la seguridad del correo electrónico, de la web y la gestión de los accesos e identidades continúan siendo las tres principales prioridades de las organizaciones, si bien también aumentará el gasto de las compañías en el área de gestión de la información y de incidentes.

Para sus analistas, Cloud tiene un encaje muy natural entre las pequeñas y medianas empresas por su rápido despliegue y su potencial para reducir costes y, además, están cada vez más preocupadas por las amenazas de seguridad. El crecimiento provendrá de este segmento pero también de las grandes empresas que están optando por este modelo.

Fórum AUSAPE 2017

Innovar para crecer



Un Fórum para la historia: AUSAPE logra reunir en Sevilla a más de 800 profesionales

La XIII edición de Fórum AUSAPE ha vuelto a demostrar que la Asociación es un foro capaz de integrar las sensibilidades de todos los actores del mercado SAP. Xavier Ballart, presidente de AUSAPE, fue el encargado de inaugurar la decimotercera edición del Fórum, que quedará en nuestra historia como “la de los tres récords: el evento superó por primera vez la cifra de los 800 asistentes, contó con más de 50 patrocinadores y el número de empresas representadas superó las 300. Datos que se suman a que AUSAPE ha superado el mágico número de los 500 Asociados”.

Desde que celebró por primera vez el evento en 2004 no ha dejado de crecer, lo que pone de relieve el papel que juega hoy AUSAPE “como foro para integrar las sensibilidades de todos los actores clave del mercado SAP”. Así abría Xavier Ballart la última edición del Fórum, que se celebró por primera vez en Sevilla.

El Presidente de AUSAPE aseguró que la Asociación “es ese punto de encuentro entre los clientes, SAP y sus partners”, pero también “una plataforma que contribuye que las empresas crezcan y sean más competitivas. AUSAPE quiere ser ese socio clave con capacidad para acompañaros en el día a día en nuestras relaciones con SAP a través de una amplia red de colaboración, de intercambio de información y de mejores prácticas”.

Ese esfuerzo es hoy reconocido por el mercado, lo que ha permitido que AUSAPE haya conseguido importantes logros en el último año. “Uno de ellos es que hemos superado la cifra de 500 empresas asociadas, un récord histórico que sitúa en afiliación a la altura de otros Grupos de Usuarios de SAP en Europa, cuyos mercados son de mayor tamaño que el español”, subrayó.

El aumento de la confianza de las empresas en AUSAPE se ha venido evidenciándose año tras año, al mismo tiempo que ha sido capaz de ofrecer más valor en nuestras iniciativas y actividades. En este sentido, el presidente de AUSAPE resaltó el esfuerzo que se ha realizado en ofrecer servicios más directos a las empresas asociadas. “AUSAPE se ha deslocalizado y hoy cuenta con Delegaciones en Andalucía, Baleares, Canarias y Levante, Galicia y la Norte en Bilbao y, en paralelo, también se han ampliado el número de nuestros Grupos de Trabajo, que son ya 10 y realizan un importante trabajo en torno a soluciones tradicionales pero también sobre nuevos productos de SAP”, indicó.

Xavier Ballart aprovechó su intervención para poner en valor el giro emprendido por AUSAPE en su oferta de eventos y servicios a las empresas. En este punto, puso como ejemplo iniciativas puestas en marcha en colaboración con SAP para todas las empresas asociadas, como las visitas al Centro de Soporte Global o la organización del primer evento en España sobre Localización. Además, la Asociación ha celebrado eventos de interés especial para las empresas asociadas, como varios



workshops sobre Licenciamiento, Audits y Accesos indirectos, y sesiones sobre el SII, nueva normativa de la AEAT que entra en vigor el 1 de julio.

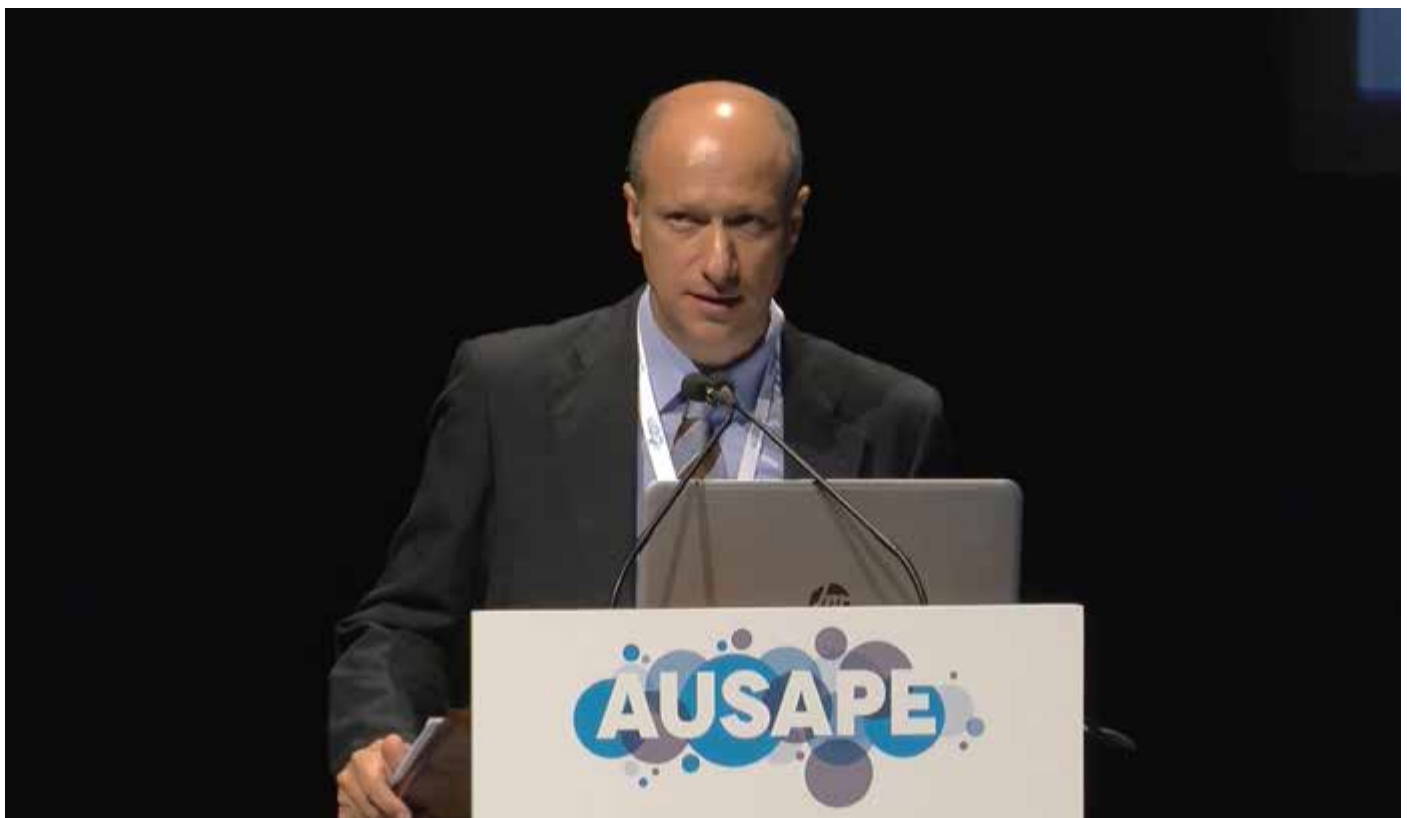
“Otro ejemplo son las Jornadas para Directivos, cuya primera edición de este año se ha centrado en los retos de la transformación digital. Este evento ha reunido en Barcelona a 65 directivos y se celebrará también en Madrid porque queremos que crezca y se consolide en el programa anual de eventos”, prosiguió.

Finalmente, el Presidente de AUSAPE deseó, tras meses de trabajo en su organización, que esta edición cumpliera las expectativas de los asistentes. “Hoy y mañana se impartirán ponencias y sesiones sobre la relevancia de la Innovación y sobre tecnologías de importancia crítica para abordar el reto de

la transformación digital, un viaje en el que queremos acompañaros, pero también queremos que sirva para que intercambie experiencias y establezcamos relaciones de confianza entre compañías”, concluyó.

Fue durante la apertura del evento cuando Xavier Ballart presentó la nueva web de la Asociación (ver página 5) y también puso en valor el trabajo que realizan los Coordinadores de los Grupos de Trabajo y Delegaciones, momento al que dedicamos la siguiente página.

Daba comienzo así el Fórum que definió como el de los “tres récords”, un evento en el que se superó la cifra de los 800 asistentes, el número de patrocinadores (más de 50) y empresas representadas (más de 300) y que se celebró pocos días después de superar la ansiada cifra de 500 Asociados.



AUSAPE reconoce la labor de los Coordinadores de sus Grupos de Trabajo y Delegaciones

El Presidente de AUSAPE, Xavier Ballart, quiso poner en valor el trabajo que realizan los Grupos de Trabajo y Delegaciones durante su intervención en el Fórum.



Como destacó a lo largo del discurso, buena parte de la evolución de la Asociación se debe a los eventos y sesiones organizadas en estos foros, que contribuyen a “ofrecer servicios más directos”. No en vano, AUSAPE ya dispone de seis Delegaciones y 10 Grupos de Trabajo que desarrollan su actividad.

Por eso, todos los Coordinadores y Delegados que asistieron al evento en Sevilla recibieron el reconocimiento a su trabajo que, como explicó Xavier Ballart, es clave. “Éstos son los Coordinadores de Grupos de Trabajo y Delegados de AUSAPE, a lo que queremos agradecer su dedicación totalmente altruista a estos foros que son fundamentales a la hora de vertebrar AUSAPE y de profundizar en temas que nos preocupan a todos, además de reforzar nuestra interlocución con SAP cuando surgen problemas en sus áreas de actuación”, subrayó.

Hasta la capital andaluza se desplazaron tanto los Coordinadores más veteranos como los que lideran los Grupos y Delegaciones de reciente creación. Así, entre los primeros, no se perdieron esta importante cita Joan Corbella, de Codorníu, que coordina el Grupo de Advanced Analytics (antes BI-BO); Javier Mediavilla, de la Universidad Complutense de Madrid, que lidera Sector Público; Sara

Antuñano, de Eroski, Coordinadora del Grupo Financiero; Miguel Ángel Gámez, de Orange España, que abandera el Grupo Recursos Humanos Madrid; Jordi Flores, de SEAT, Coordinador del Grupo de Recursos Humanos Barcelona; Óscar Valor, de BLUMAQ, Delegado en Levante; Valentín Santana, de Mutua de Accidentes de Canarias, Delegado en Canarias; Gerard Pasán, de Iberostar, Delegado en Baleares, y Sergio Rubio, de BIDADARMA, Delegado en Andalucía.

Entre los segundos asistieron Daniel Weisbrod, de Damm, del Grupo Industria 4.0; Mark Schnettler, de Cofares, en el Grupo de Logistics y Retail; Joan Carles Puig, de Grifols, y Pablo Juncosa, de Iberdrola Ingeniería, que coordinan el Grupo de Movilidad y Fiori, y Xavier Escribano, de Puig, del Grupo de HANA.

También acudió a Sevilla Jorge Nieto, de Votorantim Cimentos, que es el responsable de la Delegación de Galicia, representación que ha empezado a operar recientemente.

No pudieron asistir Jesús Miranda, de ALK Abelló, responsable del Grupo de Soporte y Mantenimiento, Jorge Márquez, de Puig, Coordinador del Grupo de SuccessFactors, ni Ander Aristondo, de Arcelor Mittal, que coordina la nueva Delegación Norte.

Reunión de puesta al día sobre actividades e iniciativas

Delegados y Coordinadores, junto con Jordi Castells (vocal de Grupos de Trabajo en la Junta Directiva) y el personal de oficina de AUSAPE, aprovecharon su participación en la cita tecnológica para realizar una revisión de los estatutos y repasar el informe de actividades e iniciativas llevadas a cabo en sus respectivas áreas en los seis primeros meses del año.

En total, nuestros Grupos y Delegaciones organizaron en los primeros meses de 2017 un total de 34 reuniones que contaron con la asistencia de 1.247 personas. Según los datos aportados por Rita Veiga, Ejecutiva Comercial y de Gestión de la Asociación, estas cifras se situaban en 15 reuniones y 550 asistentes en el mismo periodo del año pasado.

Grupos asentados y con una larga trayectoria en AUSAPE, como los de Recursos Humanos de Madrid y Barcelona, continúan en los ratios de sesiones de 2016; otros, como Sector Público o Advanced Analytics, en lo que va de año ya han organizado más reuniones que el pasado ejercicio, y especial mención merece el Grupo Financiero, que ha tenido un arduo tra-

bajo acompañando a las empresas en su adaptación a SII. No en vano, el interés de las organizaciones en este tema se ha puesto de manifiesto en la alta participación de los Asociados, ya que a sus reuniones entre enero y junio han asistido más de 600 profesionales.

La reunión sirvió también para ver la evolución de los nuevos Grupos de Trabajo y Delegaciones (SAP HANA, SuccessFactors, Movilidad y Fiori, Logistics & Retail, Industria 4.0 y las Delegaciones de Galicia y zona Norte), que han celebrado entre una y dos reuniones en estos seis meses.

AUSAPE también informó a los participantes de los nuevos recursos que pondrá a su disposición, como direcciones de correo electrónico propios para cada uno de los Grupos y Delegaciones. Además, Jordi Castells insistió en el mensaje de que la Asociación está a su lado apoyándoles. "Comentadnos vuestras ideas y hacednos sugerencias sobre lo que penséis que puede ser positivo para el futuro de vuestro Grupo o Delegación", señaló.

Si quiere realizar alguna sugerencia o incorporarse a uno de nuestros grupos de trabajo, contacte con secretaria@ausape.es

aprovechar la potencia de SAP

en todas las facetas de su empresa

- Descubra por qué Atos es la tercera empresa de servicios de TI del mundo y quinta en Tecnología SAP.
- Con 10.000 consultores SAP, Atos da servicio a más de 1.300.000 usuarios, con más de 5.000 proyectos SAP implementados en 90 países.
- Haciendo de nuestra compañía una de las consultoras tecnológicas de referencia global.

Pep Torres: “Las ideas están ahí pidiéndote que las hagas realidad”

El inventor y creativo Pep Torres fue el primero de los ponentes magistrales de la decimotercera edición del Fórum. En la sesión, instó a las personas y a las empresas españolas a innovar porque “las ideas están a nuestro alrededor y nos están pidiendo a gritos que se hagan”, un argumento que repitió con insistencia.



En opinión de Pep Torres, cada uno de nosotros tiene que creer en sí mismo y romper sus límites para dar rienda suelta a la creatividad. “Las ideas están por ahí, a nuestro alrededor y viven en un mundo aparte y, de repente, caen y alguien la atrapa y la hace existir”, subrayó.

Sin embargo, nadie ha dicho que sea fácil porque, como dijo, “inventar o ser emprendedor es lanzarse a un agujero negro. Una aventura en la que, cuando llevas recorrido la mitad del camino, piensas que no va a salir bien”.

Sostiene estos argumentos después de haber creado y dirigido el Museo de las Ideas e Inventos de Barcelona (MIBA) en 2011, tras enamorarse de un local y buscar la financiación de bancos y amigos. Una iniciativa con la que pretendía que “los visitantes pensaran qué iban a hacer cuando salieran del museo, qué podrían inventar”, explicó.

A lo largo de los seis años de existencia, el museo ha recibido la visita de 80.000 niños, a los que se les proponía un concurso basado en que inventasen algo y lo dibujasen, y cada mes se seleccionaba un ganador de entre los 500 dibujos recopilados. “Siempre había entre diez y quince ideas muy buenas, así que empezamos a comenzar a conceder los premios, que consistían en una patente y un prototipo del invento”, explicó. Además, los diez ganadores competían en la reconocida feria de inventos British Invention Show, que suelen ganar niños frente a ideas de empresas y universidades.

Experiencias como ésta y otros proyectos educativos llevados a cabo con colegios le han llevado a pensar que la “Innovación no es para adultos”, título de su ponencia, en la que sostuvo que “los niños sí que tienen la capacidad de ser creativos y que a esa creatividad hay que darle salida. Es más, las



El consejo de Pep Torres

Para ser creativo es necesario tener la cabeza en las nubes y los pies en el suelo. Ésta es una de conclusiones que se extraen de su charla y él lo explica así: “Yo tengo una característica que es que mi pie izquierdo siempre lo pongo en el suelo de una forma peculiar. Esta pequeña diferencia es lo que yo creo que hace que yo sea inventor, porque los inventores estamos un poco con los pies en el aire. Realmente cuando pienso en inventar, no pienso en que me gustaría forrarme sino en cambiar el mundo”.

empresas podrían resolver retos con la creatividad y la mentalidad de un niño”.

Pep Torres basó su discurso en las cuatro cualidades que ve en los niños y que los adultos deberían recuperar: que son inesperados, que hacen sonreír, que dicen la verdad y que provocan emoción. Son características que les hacen ser creativos, tener ideas y, en consecuencia, capacidad para innovar. Aplicando estos cuatro puntos a los procesos de creación empresariales se favorece la innovación. “Es así como surgen las ideas disruptivas”, sostuvo.

Llevado esto al mundo corporativo, sostuvo que “empresas como Tesla, Spotify, Airbnb, Snapchat o Netflix triunfan porque son como niños”. De sus impulsores dijo que “actúan como niños” y, en ese momento, se detuvo en Elon Musk, cofundador y jefe de diseño de Tesla Motors, de quien dijo que “es el inventor de nuestro siglo, es un niño inventando cosas”.

También mencionó a Jeff Bezos, fundador y director ejecutivo de Amazon, quien a la hora de optar una estrategia de nego-

cio prefiere analizar qué es lo que no va a cambiar en el futuro en lugar de tener en cuenta aquellos aspectos que sí lo van a hacer.

Autor de libros como “El Manual del Inventor”, “Indeseables”, “No te pago para pensar” o “El arte del Ruido”, cree que es una cuestión de actitud. “Yo creo que representa el 99 por ciento. Con la actitud quiero decir que, cuando un adulto tiene una idea, le parece una tontería. Para los niños, no existe ese punto”.

Y por eso remarcó que toda persona tiene que tener claro que “no hay ideas buenas o malas, simplemente están las que se hacen y las que no”, y puso el énfasis de nuevo en un mensaje positivo que estuvo presente a lo largo de toda su conferencia: “Las ideas están pidiendo a gritos que se hagan. Si creemos en ellas, se hacen. Necesitamos al niño que hay en nosotros porque la innovación no es cosa de adultos”.

Para este inventor y creativo catalán, todos necesitamos un punto de infantilismo. “En el futuro muchos de nosotros dejaremos de ser relevantes. La diferencia entre serlo y no serlo, va a depender de que demos un paso adelante”, concluyó.



Un inventor que no para

Pep Torres es una persona polifacética. Es músico, creativo, comunicador, conferenciante, ilusionista, pero es su faceta como inventor la que tiene más importancia y un mayor peso en su agenda. No en vano, tras crear la máquina de vending a pedales, aparece en la portada del Wall Street Journal y la revista TIME le reconoce como uno de los mejores inventores de 2009.

En 2011 decide compartir sus creaciones y su universo creativo con todo el mundo, y funda el Museo de las Ideas e Inventos de Barcelona (MIBA), el primer espacio del mundo centrado en este tema.

Este museo se convierte en poco tiempo en un referente de la ciudad, con más de 45.000 visitantes al año. Se trata de un laboratorio de ideas, un centro de exposición para invento-

res locales y una lanzadera de proyectos de formación para familias y colegios. Seguramente, como él mismo nos contó en su intervención, no fue sencillo ya que necesitó de una inversión de 600.000 euros “que todavía no he logrado devolver”, reconoció.

Lejos de parar, ha decidido evolucionar esta iniciativa y convertir el museo en itinerante, cerrando sus puertas a finales del año pasado. En el futuro, como indicó, “estará en Nueva York en 2018 y en Singapur más adelante. Este museo físico era precioso pero finalmente me di cuenta de que el mundo camina por otros lugares, porque el futuro se escribe de una forma mucho más líquida, más digital. Por ello decidí dar la vuelta al mundo con él”.

El primer Foro de Empleo para la comunidad SAP en España, novedad en el evento

AUSAPE ha organizado el primer Foro de Empleo dedicado en exclusiva a la comunidad SAP en España. Ésta fue una de las principales novedades de este Fórum.



Durante las dos jornadas del evento, AUSAPE puso en marcha esta iniciativa cuyo principal objetivo fue establecer un punto de encuentro y contacto entre las empresas asociadas con los alumnos que están cursando Másteres homologados por SAP en diferentes Universidades y Escuelas de Negocio españolas. “Creemos que AUSAPE también tiene mucho que aportar en este ámbito, poniendo en contacto a empresas que necesitan personal especializado y a jóvenes que buscan un futuro profesional en el ecosistema SAP”, explicó Xavier Ballart durante la apertura del Fórum.

El proceso fue el siguiente: los estudiantes facilitaron sus currículums, que estuvieron disponibles para aquellas empresas que contraten el servicio como Empleadores. Durante el Fórum, se habilitaron diferentes mesas para que se pudiesen llevar a cabo entrevistas rápidas con los candidatos y, además, cada Empleador podía concertar entrevistas con ellos fuera del ámbito del evento. Los alumnos también pudieron sentarse durante cinco minutos en cualquier mesa que se encuentre libre para presentarse al Empleador situado en la misma.

Éste ha sido el primer paso de la Asociación en este ámbito, consciente de que los entornos de Universidad y empresa deben colaborar más para incorporar el nuevo talento a los entornos corporativos. Además, como señaló Xavier Ballart en su discurso de apertura, “los retos actuales de las empresas son hoy muy diferentes y los cambios son continuos. El trabajo constante con los centros formativos es fundamental y más en el ecosistema SAP, en el que hay una necesidad real por parte de las organizaciones de consultores formados y especializados en las últimas tecnologías”.

Por cercanía, principalmente participaron en esta primera iniciativa de empleo estudiantes de las Universidades de Sevilla y Málaga, que forman parte de la red de centros que imparten Másteres homologados por SAP. Fueron 43 alumnos los que tuvieron la oportunidad de mantener entrevistas con 15 empresas (14 Asociados Especiales y 1 Asociado de Pleno Derecho). En total, se realizaron en torno a 75 entrevistas a lo largo de los dos días, cifra que permite calificar como exitosa esta nueva iniciativa.

El Fórum AUSAPE, cita ineludible para João Paulo da Silva

El primer ejecutivo de SAP volvió un año más a Fórum AUSAPE. João Paulo da Silva abrió las sesiones plenarias del segundo día y, entre los muchos mensajes de su intervención, puso a SAP Leonardo en el punto de mira de los clientes que quieren innovar.

El Director General de SAP en España destacó en su discurso el buen comportamiento financiero de SAP a nivel mundial en los últimos años, una evolución que ha sido posible "gracias a vosotros", empresas que se están beneficiando del esfuerzo en innovación y en simplificación realizado por la multinacional. "Hemos invertido en innovación y, al analizar qué necesitaban nuestros clientes, vimos un aspecto que era crítico, la simplicidad, porque la velocidad que se nos exige hoy en día, sólo es posible conseguirla simplificando. No se puede ser ágil si somos complejos", aseguró.

Después de recordar las inversiones en lo que SAP denomina core digital con SAP HANA, y las diferentes adquisiciones en Cloud donde hoy es un claro líder con más de 140 millones de usuarios, el directivo aprovechó el evento de AUSAPE para destacar un paso más en la evolución de su estrategia en este ámbito: la puesta en marcha de sus propios data centers, "un área que tiene cada vez un mayor crecimiento y en el que hemos visto que nadie puede hacerlo mejor que SAP. De esta forma, ofrecemos a nuestros clientes desde el software, la actualización de los sistemas y el mantenimiento, hasta el hardware. Todo ello para simplificar, que es algo que sabemos hacer muy bien, para que ellos se puedan centrar en lo realmente importante para sus empresas", señaló.

Así, puso como ejemplos de clientes que se quieren enfocar en los aspectos críticos de su negocio y liberar recursos para innovar, trasladando sus sistemas a la nube, a Grupo Meliá (ya



"La velocidad que se nos exige hoy en día, sólo es posible conseguirla simplificando. No se puede ser ágil si somos complejos"

para "permitir que vayamos creciendo de forma sostenida con muchos recursos en el mercado", e invitó a los asistentes a participar SAP Lighthouse, un programa de co-innovación de la compañía centrado en iniciativas de transformación digital.

en productivo), al que han seguido más empresas y otras que van a abordar esta iniciativa.

Tras indicar que la filial española lleva tres años consecutivos de récords y mostrarse seguro de que este año volverá a superar sus objetivos y retos en el país, João Paulo da Silva se centró en SAP Leonardo, plataforma introducida hace unas semanas y clave para ayudar a los clientes a innovar y a ser disruptivos de una forma rápida poniendo en marcha proyectos relacionados con Internet de las Cosas, Inteligencia Artificial, Blockchain o Big Data. SAP Leonardo permite alcanzar ventajas competitivas, en un momento en el que los ciclos de innovación son cada vez más cortos. Hay un buen número de empresas que están ya trabajando con estas tecnologías y consiguiendo poner en marcha pilotos en tiempos récord.

En este punto citó, entre otras compañías, a Cepsa, que ha puesto en marcha en muy pocas semanas una iniciativa -en la que ha participado también Apple y sus iWatch- para mejorar la gestión de sus tiendas de Retail, y a Heineken, que ha optimizado la logística de suministro de sus negocios B2B en apenas dos meses.

Por último, el ejecutivo anunció que acaba de arrancar una iniciativa para atraer a 1.000 nuevos consultores SAP que se sumarán a los 10.000 asistentes



... Y el ‘tsunami’ del SII no podía faltar en el Fórum

La nueva normativa del SII de la AEAT ha marcado los primeros seis meses del año de las empresas asociadas. Por eso, para hacer balance de cómo se ha producido la adaptación, reunimos en una mesa redonda a las personas que, sin escatimar esfuerzos, han ayudado a nuestros Asociados a afrontar este reto.

Rufino de la Rosa, Director del área de Gestión Tributaria de la AEAT; Sara Antuñano, de Eroski y Coordinadora del Grupo Financiero de AUSAPE, y Victoria Golobart, responsable de Localización en SAP España y de las relaciones entre la compañía y la Asociación, formaron el panel de lujo de esta mesa redonda que moderó Jordi Castells, miembro de la Junta Directiva en representación de Bodegas Torres.

Según explicó el representante de la AEAT, la nueva norma surge porque “tenemos que avanzar. Los ciudadanos nos piden que les facilitemos el cumplimiento de sus obligaciones, que les proporcionemos más información y que seamos más exigentes con el cumplimiento de las obligaciones”.

Y, en este sentido, dijo que con el SII se quiere dar más información a las empresas, no sólo lo que dicen sus libros de registro, sino lo que dicen de ellos sus clientes. “También se pretende cambiar totalmente el mapa de las obligaciones formales a un nuevo sistema, ampliar los plazos de pago, etc. En definitiva, se trata, por un lado, de ofrecer un mejor servicio a los contribuyentes, en este caso a las empresas y, por otro, responder a una petición de los ciudadanos que es ser más eficientes en el control, un control que se trata de fomentar el cumplimiento voluntario.

Las empresas han tenido poco tiempo para adaptarse a la nueva norma. Así lo sostuvo Sara Antuñano, que calificó el SII como un “tsunami”, que ha provocado que proyectos que estaban planificados en las empresas se hayan tenido que desplazar. “Con la rapidez imperiosa de implantación que requería el SII, no permitía su coexistencia con otros proyectos. Además, ha significado un desembolso económico, independientemente del proyecto o la solución que hayan escogido”, subrayó.

A lo largo de estos meses, ha habido que aprender mucho sobre procesos, aspectos fiscales, contratos..., es decir, sobre cómo hay que hacer las cosas, porque “el SII es transversal: no es un proyecto de IT, tampoco una modificación que afecte sólo al departamento fiscal y, por eso, ha sido un tsunami”, añadió.

Desde la perspectiva de SAP, como explicó Victoria Golobart, “ha sido un proceso muy duro. Empezamos en 2014 y hemos tenido que realizar muchos cambios porque ha habido muchas versiones. Para nosotros también ha supuesto un tsunami porque había que llegar a tiempo y los plazos han sido muy cortos”. En ese tiempo, la compañía ha tenido que adaptar su software para que las empresas pudiesen llegar con el trabajo hecho el 1 de julio. “Hemos desarrollado 16 versiones y espero que, por lo menos,

estemos estables un año para que no tengamos nuevas versiones y estabilizar la solución”, indicó.

Preguntado sobre cuál es el calendario y los planes de futuro, De la Rosa subrayó que “se abre una nueva relación cooperativa con las empresas en el ámbito fiscal, y más inmediata”.

Respecto al arranque el 1 de julio, se mostró optimista y aseguró que “somos conscientes de que no todas las empresas van a empezar y no lo van a hacer al 100%. Será un arranque flexible porque lo que queremos es que el sistema funcione. No contemplamos una actividad sancionadora por parte de la Agencia, porque no creemos que vaya a haber una motivación por incumplir”.

SII EN LA COMUNIDAD SAP

Los resultados de la última de las encuestas lanzadas por el Grupo Financiero diez días antes del evento, a la que respondieron 160 Asociados, sólo 11 empresas decían que arrancarían el 1 de julio con seguridad, mientras que 11 reconocían que no llegaban. “El resto se sitúa entre empresas que dicen que van a arrancar el 1 de julio en precario (gente que ha contratado a un grupo de becarios para que piquen facturas en la entrada web de la Agencia Tributaria) y otras que dicen que van a arrancar pero que no podrán hacerlo hasta un poco más adelante, por ejemplo el 15 de julio. También hay muchas que tienen un formato XML, y comunican con la Agencia Tributaria, pero no han hecho un volumen de prueba suficiente para saber si se van a encontrar con 50 o 500 errores”, especificó Sara Antuñano.

Según Victoria Golobart, “las empresas están nerviosas porque esta solución ha supuesto un cambio porque hemos pasado a una solución Cloud en la que no teníamos mucha experiencia. Yo creo que vamos a llegar porque si llegamos un poco más tarde, no va a pasar nada. Lo importante es empezar”.

En este sentido, aunque no se apliquen sanciones, “lo que no puede ser es que, cuando lleguemos a diciembre, no sepamos absolutamente nada de una empresa. Eso no es que no le

haya dado tiempo a adaptarse”, prosiguió el director de Gestión Tributaria.

Asimismo, como era de esperar, ante esta normativa no hay un plan B, sino “una incorporación suave y progresiva”. En su opinión, “va a haber estabilidad y, al menos, durante un año no va a haber ningún tipo de cambio”.

SOPORTE A LAS EMPRESAS

Aunque la Agencia Tributaria está convencida de que no va a haber problemas, va a establecer una calculadora de plazos y a reforzar todos los canales de comunicación para poder dar respuesta a las cuestiones de las compañías, y también emprenderá un proyecto para poder contestar a las preguntas más frecuentes a través de un sistema basado en Inteligencia artificial.

Como es habitual, SAP canalizará las incidencias relacionadas con este tema a través de su área de soporte, que “está preparada para ello. Los partners son también claves, puesto que son los que han implantado el proyecto SII y hay muchas empresas que tienen una confianza total en ellos. Es decir, no sólo se van a dirigir las preguntas a SAP, sino también a ellos, que son los que están dando soporte al 100% a incidencias y a preguntas de sus clientes”, recordó Victoria Golobart.

Sara Antuñano reiteró que “la realidad es que tenemos una versión 1.0, ya existe un XML y un formato para declarar, y lo que debe haber es una intención de querer cumplir las fechas”.

Por último, la Coordinadora del Grupo Financiero de AUSAPE instó a las empresas asociadas a que participen en las encuestas y colaboren a la hora de ofrecer respuestas porque sirven de gran ayuda en la detección de problemas y a la hora de conseguir soluciones. “Quien solo está para aportar una duda pero no está para contestar, hace un uso parcial de lo que sería una Asociación o una herramienta colaborativa”. “Nuestros Asociados también tienen a su disposición el SAP Jam de AUSAPE, que es de gran utilidad para fomentar la participación”, concluyó.





Inteligencia Artificial, en directo, con Watson

Este tierno robot humanoide, llamado Pepper, acaparó la atención durante la última de las sesiones magistrales que tuvieron lugar durante los dos días de evento. Detrás, la potencia de Watson, el sistema de Inteligencia Artificial (IA) de IBM. Dos de sus expertos nos contaron cómo la IA se está integrando en soluciones para distintos sectores y departamentos porque “ya es una realidad”.

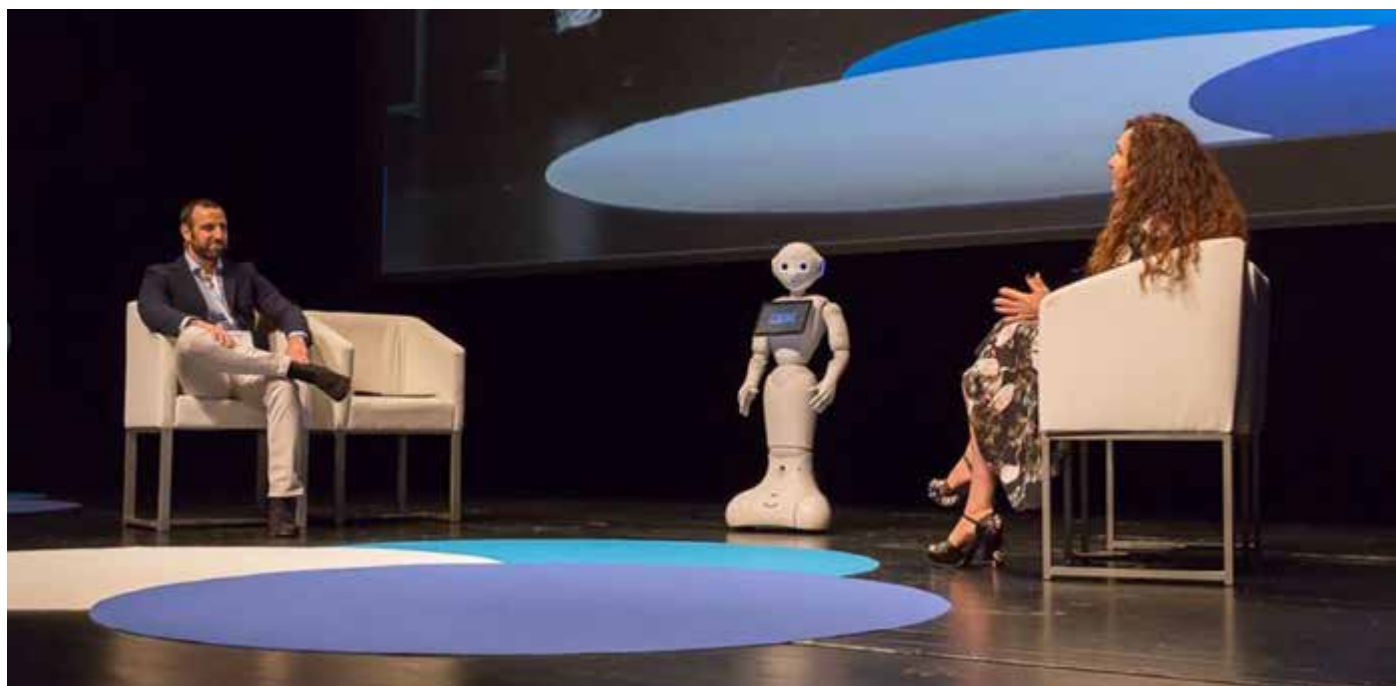
Pepper es capaz de entender el lenguaje natural, mantener una conversación y ofrecer respuestas, como se puso en evidencia en una pequeña escenificación durante la sesión general de IBM, en la que habló de migraciones a SAP S/4HANA y de asuntos más banales como, por ejemplo, qué pedir de cena para sus acompañantes en la presentación.

Es una muestra de los avances que se están produciendo en Inteligencia Artificial, clave en la estrategia de IBM que lleva más de diez años trabajando en este campo, desde que comenzó con el proyecto Jeopardy. Para Héctor Alcaide, Cognitive Consultant de IBM, la IA no es una moda, sino una realidad, que permite entender los datos que crean los usuarios y convertirlos en conocimiento, para poder tomar decisiones en función de un contexto.

Dotando a las máquinas de capacidades de aprendizaje (machine learning) y cognitivas (que IBM llama Cognitive) como, por ejemplo, el entendimiento del lenguaje natural y visual, reconocimiento visual, de los sonidos, sabores, “estamos dando a una aplicación un uso que asociaríamos a humanos”, explicó el portavoz de la compañía.

No obstante, aunque parezca que las máquinas pueden hacer casi cualquier cosa, reconoció que “todavía hay hueco para los humanos porque somos buenos en muchas cosas irremplazables, como el sentido común, imaginar, intuición, etc.”.

La aproximación de IBM es que las máquinas nos pueden ayudar a mejorar nuestros procesos, nuestras interacciones con los clientes y a escalar el conocimiento. “Por tanto, el enfoque



que planteamos que las máquinas pueden ayudar a incrementar la inteligencia de las personas. Y resistirse es inútil. Es una realidad ya, está aquí. Muchas veces no somos conscientes de ellos pero muchos de los que estáis aquí tenéis ya Watson implementado”, explicó.

Entre los clientes españoles de IBM que utilizan ya el sistema figura La Caixa, pero hay más que lo emplean en muy diferentes ámbitos. En este punto, Héctor Alcaide mencionó proyectos en el área de Digitalización Cognitiva, para que los sistemas tengan una mayor capacidad para reconocer y entender el ADN de un documento a través de tecnología OCR de nueva generación; en el ámbito de transformación del Contact Center o de la experiencia del cliente a través de todos los canales de interacción y teniendo en cuenta de cuál se trata.

Existen también implantaciones orientadas a la Gestión del Conocimiento. En muchos casos, éste está distribuido y “tratamos de ofrecer un conocimiento homogéneo a través de cada uno de los canales”, señaló.

Aunque la firma no sólo mantiene acuerdos con SAP en este ámbito, el Cognitive Consultant de IBM mencionó que se está haciendo una integración con SAP Hybris para comercio, incluyendo capacidades cognitivas que mejoran la capacidad de entendimiento del lenguaje natural que permitan entender cuáles son los criterios importantes para ese cliente. Con SAP también ha realizado un anuncio relacionado con SAP Leonardo, en el área de IoT.

INTELIGENCIA COGNITIVA EN RRHH

Por su parte, Puerto Delgado, Associate Partner de la firma, centró su exposición en que el área de RRHH está evolucionando desde un enfoque de procesos a uno de experiencia de usuario, “donde tiene mucho sentido la inteligencia cognitiva”.

Hoy en día, a la hora de gestionar el talento es clave la experiencia del empleado para conseguir que las empresas sean capaces de atraer el talento, integrar a las personas, que puedan aprender y desarrollarse, que se comprometan, y que sigan vinculadas con ellas una vez que ya no estén en la empresa. Y es aquí donde IBM está centrando sus soluciones, según la ponente.

“Todas las soluciones cognitivas de de IBM en torno a la experiencia del usuario, y que las estamos probando nosotros mismos, tienen que ver con el ciclo del empleado dentro de la compañía, desde que entran por primera vez hasta que la abandonan”, señaló.

En concreto, son herramientas, algunos de ellos implantados en empresas y otros no, que permiten ir un paso más allá en gestión del talento.

En el área de recruitment, las actuales herramientas –como SAP SuccessFactors- son excelentes buscando currículums, pero no aportan aquello que no está en ellos. “Estamos utilizando Watson para buscar talento. Es capaz de conectarse y buscar conocimiento a través del comportamiento de la persona en redes sociales”, explicó.

En el caso de onboarding, muchas empresas ya envían al móvil información previa al futuro empleado antes de su incorporación, como datos sobre la estructura organizativa, pero si le surge una duda no se le resuelve. “En el caso de IBM, Watson trabaja 24x7 y es capaz de solucionar cualquier duda a esta persona que todavía no se ha incorporado, afirmó Puerto Delgado.

El sistema de inteligencia artificial también asiste al empleado a la hora de desarrollar su carrera profesional dentro de una empresa, y ayuda a personalizar la formación dentro de la multinacional, en función de los diferentes perfiles de los trabajadores. Además,



no sólo permite a la empresa conocer con qué perfiles cuentan en ese momento, sino predecir lo que va a necesitar en el futuro en función de cada decisión de negocio.

Watson también se está utilizando en la compañía en el call center de soporte. “Hemos hecho pilotos en empresa para que todas las preguntas relacionadas con bajas se realicen a través de Cognitive. Es muy normal empezar con un proyecto con Watson e ir incrementando poco a poco las áreas en las que trabaja. Es capaz de ir entendiendo la cultura de la empresa y lo hace poco a poco”, explicó.

En el caso de realizar mediciones sobre todas las métricas que se están implantando en una organización para mejorar la experiencia de usuario, las encuestas son importantes. Y en este ámbito, según explicó, “Watson no sólo lee lo que hay en las encuestas sino que, además, lo va a interpretar. Es capaz de ver, por ejemplo, que en los días en los que hubo una mala evaluación en la moral de los trabajadores fue porque se publicaron noticias sobre reestructuración de empleados en nuestra compañía”, indicó.

La ponente finalizó diciendo que “así es como se pinta la experiencia de usuario. Ahora hacemos roadmaps de experiencia de empleados en función de las categoría de nuestros empleados. Ya no hay Excels o PowerPoints”.



SAP Cloud Platform y SAP S/4HANA, protagonistas de las sesiones técnicas

Cuatro expertos de SAP España se desplazaron a Sevilla para impartir sesiones sobre dos soluciones clave: SAP Cloud Platform y SAP S/4HANA. En ellas ofrecieron una visión general de ambas plataformas e incidieron en aspectos específicos que pueden ayudar a las empresas a innovar en determinados procesos y a ser más ágiles.

João Carvalho, Director del Departamento de Soluciones de SAP España, y Carlos Chicharro, experto en Soluciones de Conectividad de Internet de las Cosas, fueron los encargados de ofrecer una visión general de SAP Cloud Platform, la plataforma como servicio de la compañía, que ofrece una funcionalidad integral para extender e integrar aplicaciones empresariales de cualquier tipo, sin tener que las organizaciones tengan que mantener la infraestructura.

Una parte de la presentación estuvo dedicada a los microservicios que incluye la plataforma, como movilidad de las aplicaciones, servicios de IoT, seguridad, integración y colaboración hasta gestión de APIs, runtimes, entornos de desarrollo o UX (Experiencia de Usuario), etc.

De SAP Cloud Platform, João Carvalho subrayó que es fundamental en la estrategia de la firma porque “permite innovar en determinados procesos y dar cobertura a las tecnologías que facilitan la transformación digital de forma rápida y ágil, teniendo en cuenta que hay un sistema de gestión SAP robusto por detrás y que todo está integrado”.

Según el directivo de SAP, la plataforma está pensada para ser muy ágil –cada dos semanas se incluyen nuevas actualizaciones– y es un habilitador digital para las empresas, puesto

que les permite conectar inteligentemente a personas, cosas y negocios”.

La sesión sobre SAP S/4HANA corrió a cargo de Noemí Díaz Benito y Eduardo González, especialistas de SAP España en las áreas de Soluciones Financieras y de Logística, respectivamente. En esa ponencia ofrecieron, desde una perspectiva tecnológica, una visión de conjunto de diferentes variables que una empresa debe tener en cuenta cuando dé el paso hacia esta solución, es decir, las arquitecturas posibles, opciones de despliegue en entornos on-premise y cloud, estrategias de explotación analítica y los caminos para realizar el despliegue.

Desde el punto de vista financiero, Noemí Díaz Benito explicó que el sistema permite transformar los procesos financieros desde un punto de vista funcional, simplificándolos, añadiendo nuevas funcionalidades y crean valor para el negocio.

Por su parte, Eduardo González presentó en detalle las principales innovaciones de S/4HANA en el área logística, profundizando en sus capacidades que introduce en los procesos de planificación y ejecución de la cadena logística, gestión de inventario, aprovisionamiento y producción.

Todas las presentaciones están ya en el mini-site del Fórum, en el apartado Comunicación de la web de AUSAPE.

Las sesiones demo aumentaron su número en esta edición

Fueron novedad en la pasada edición y, dada su buena acogida, las demostraciones tecnológicas tuvieron su hueco también en Fórum AUSAPE 2017. Este año ha aumentado el número de partners que han optado por este tipo de sesiones para mantener encuentros más personalizados con los clientes. También han aumentado en número, y gran parte de ellas tuvieron que repetirse debido a la demanda por parte de los asistentes.

Un total de siete partners realizaron 20 demostraciones de soluciones tecnológicas para mostrar a los asistentes sus funcionalidades en la práctica. La iniciativa ha vuelto a tener una gran acogida por parte de las empresas.

En esta edición las sesiones se concentraron en torno a productos para los ámbitos de Recursos Humanos, Movilidad y gestión

móvil o Analítica, así como en torno a soluciones concretas como SAP Cloud Platform, Customer Engagement & Customer, SAP Real Estate o SAP Business ByDesign.

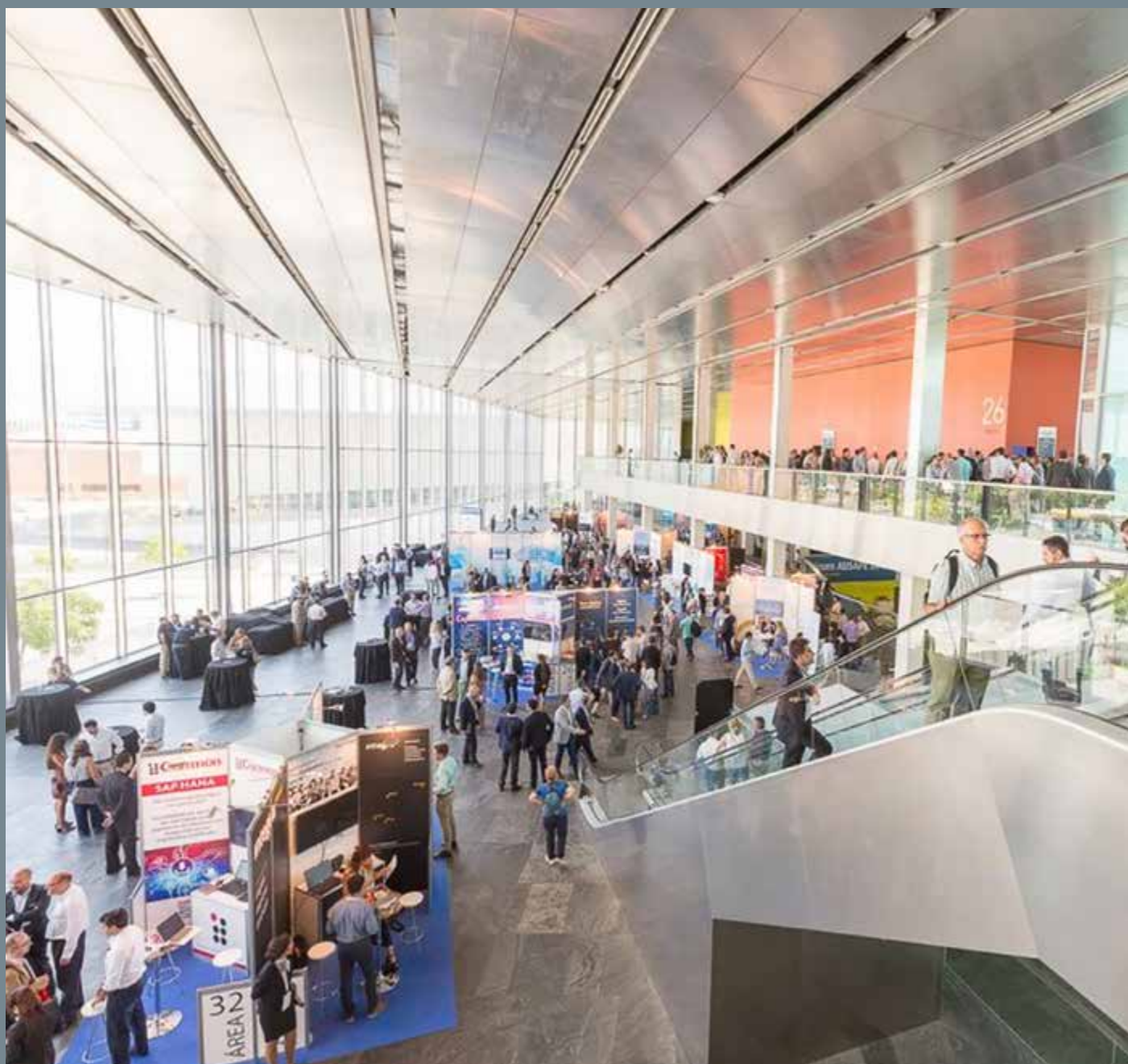
Las demos se llevaron a cabo por parte de los siguientes Asociados Especiales: everis, Honeywell, i3S, OpenText, REM Solutions, Seidor y UST Global.



| DEMO | PARTNER | DEMO | PARTNER |
|---|---------|--|---------|
| SAP Cloud Platform: características y servicios que permiten extender las capacidades de su empresa | | Planning Board: monitoriza y reasigna las órdenes o avisos de trabajo de SAP PM/CS desde cualquier dispositivo | |
| Gestión móvil de mantenimiento en planta y servicio al cliente | | Cómo cumplir con el estándar IFRS 16 utilizando SAP Real Estate | |
| Cómo expandir SAP en su organización: SAP Business ByDesign, la solución para filiales y subsidiarias | | Carpeta del empleado en SuccessFactors: solución Extended ECM for SuccessFactors | |
| SAP Workforce Performance Builder (WPB): gestión del cambio a través de la capacitación profesional y la excelencia en la ejecución de procesos | | Dispositivo Móvil SAP Business ObjectsRoamBI: tome el control de su negocio desde su dispositivo móvil | |
| Analytics en la era digital | | Digital Transformation with SAP Cloud Platform, SDK and Fiori for iOS | |
| Desarrollo de negocio online y offline con soluciones de Customer Engagement & Commerce | | | |

Nuevo récord: 35 casos de éxito expuestos en las sesiones paralelas

Las experiencias de los clientes y partners con soluciones basadas en SAP fueron, como siempre, un gran reclamo para los asistentes. Tuvieron lugar un total de 35 exposiciones, la mayor cifra de la historia del evento. Casi todas las presentaciones están ya disponibles en el minisite del Fórum, en el apartado Comunicación de la web.



OPENTEXT - SACYR

Valoriza Facilities y Valoriza Servicios a la Dependencia, del Grupo Sacyr, han utilizado OpenText Extended ECM for SAP Solution para implantar un modelo documental que permite disponer de un único repositorio con toda la información de contratos y facturas que gestionan. La información está accesible para todos los niveles de la organización.

HANSE ORGA - AXALTA

Axalta Coating Systems emplea las soluciones de Hanse Orga para optimizar los procesos de asignación de cash de forma automatizada, reduciendo los tiempos y tareas que se realizaban de forma manual, lo que conlleva la eliminación de errores, así como una conciliación bancaria más rápida y que aporta mayor claridad.

IBERMÁTICA - ILUNIUM

Ilunium ha llevado a cabo con éxito la migración a SAP Suite on HANA con Ibermática. Se trataba de la migración de las dos plataformas SAP, instaladas en Ceosa y Fundosa, como parte de la estrategia de unificación, consolidación y evolución de los sistemas de Ilunium.

En este proyecto se abordaron siete proyectos de migración en paralelo en nueve meses, con una satisfacción del usuario final muy alta y una reducción de costes y TCO. Ambas empresas expusieron las claves para minimizar riesgos y enfocar el camino hacia HANA, así como los espectaculares KPIs de mejora de rendimiento y plataforma obtenidos.

T-SYSTEMS

T-Systems aprovechó la sesión para presentar sus soluciones de factura electrónica y firma electrónica. De una parte, su plataforma Cloud PEGASUS, orientada a cubrir todas las necesidades de conectividad, intercambio de datos y requerimientos de integración de un amplio número de sistemas de los partners implicados en una Business Community.

De otra, su solución de firma electrónica TS-SAPSign, implantada con éxito en diversos clientes.

COSENTINO - STRATESYS

El grupo español ha iniciado su transformación digital con la renovación de su sistema de Digital Warehouse, con la ayuda de la línea de negocio digital de Stratesys.

Esta iniciativa de ámbito internacional arrancó con la identificación de las necesidades de negocio de la organización y con un exhaustivo estudio de las principales áreas de mejora manifestadas por los usuarios de la plataforma eCommerce. Posteriormente, se definió un nuevo modelo de experiencia de usuario, a través de sesiones de Design Thinking, y del análisis de los distintos flujos de información y canales de explotación de los mismos. El proyecto se completó con la ejecución de diferentes líneas de trabajo orientadas a mejorar sensiblemente la respuesta de los sistemas SAP.

I3S - NAVANTIA

Navantia expuso la implantación, realizada con la colaboración de i3S, de EHS para disponer de un sistema de





gestión integrado para los procesos de Prevención de Riesgos y Salud Laboral en toda la organización, tanto en los centros de Madrid como en los astilleros de Cartagena, El Ferrol y Cádiz.

ITELLIGENCE - PRESSPART

PRESSPART MANUFACTURING, junto con itelligence, ha implementado con éxito la solución SAP S/4 HANA en España. El fabricante de dispositivos farmacéuticos está inmerso en un proyecto de mejora continua basándose en las funcionalidades de S/4HANA, y ha optimizado la gestión en las áreas de FICO, MM, SD, PP y QM.

Las tres empresas productivas de PRESSPART situadas en Alemania, Reino Unido y España han migrado satisfactoriamente a S/4HANA desde SAP ECC 6.0.

INDRA - MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL

Con Indra, esta empresa ha optimizado su tesorería, llevando a cabo un proyecto que permite que el seguimiento y la gestión de la capacidad de generación de caja de sus negocios forme parte de cualquier proceso de decisión tanto del Comité de Dirección como del resto de la organización.

Ha comprendido dos fases: la Optimización de la Tesorería Operativa, Cash Management y Liquidity Planner y la Gestión de Instrumentos Financieros y Análisis de Riesgos de Mercado mediante la implantación de Treasury and Risk Management.

El sistema ha permitido mejoras desde el punto de vista operativo y estratégico, mayor conocimiento de la liquidez de las cuentas con las que trabaja a nivel internacional, procesos globales homogéneos en todos los mercados y una mejora sustancial en su capacidad analítica.

OXYA IBERIA - SERVIHABITAT

Servihabitat ha realizado un upgrade a SAP HANA a nivel técnico (arquitectura, diseño de la solución) y está dando los primeros pasos en la implantación de una solución basada en S/4HANA.

La compañía expuso también los detalles de un proyecto de migración de varios entornos SAP desde Oracle a HANA, y de implantación nueva en HANA, en la instalación que da servicio a Servihabitat. Se trata del ECC, CRM, BW, Fiori... desde el punto de vista de arquitectura de la solución, la migración y las mejoras obtenidas.

GRUPO SOTHIS - GRUPO ALACANT

Grupo Alacant ha confiado en Grupo Sothis para el desarrollo de sus proyectos estratégicos de gestión de proveedores y de reingeniería en la supervisión y control de la planta de pasteurizado/madurado de producto. Para ello, el partner ha combinado el desarrollo a medida en UI5 y el uso de transacciones estándar en la capa SAP.

La elección del SAP Netweaver Gateway y el entorno de aplicación de SAPUI5 ha mejorado la ergonomía de usuario de proceso de planta, ofreciéndole un entorno amigable, acotado y multiplataforma. Además, garantiza que la información fluya en tiempo real desde planta a los diferentes sistemas de información, mejorando los



Seidor, más presente que nunca en el evento

Un año más Seidor fue la empresa con mayor número de sesiones, con cinco exposiciones de casos de éxito, en el que sus expertos y clientes nos hablaron de sus experiencias con soluciones. Esto es lo que nos contaron:

GRUPO INDUKERN

Siguiendo su plan de optimización, digitalización y estandarización de procesos, este Grupo, formado por Indukern, Kern Pharma y Laboratorios Calier, ha ido integrando todas sus operaciones en el sistema SAP corporativo que sustituye al anterior ERP a medida.

Se implantaron los principales módulos de SAP (FI-COPA-MM-SD-QM-WM/RF-PPPC) en todas las divisiones del grupo, con despliegue en fase única. Uno de los principales retos era pasar a gestionar todo el contenido de latas, bidones y contenedores de forma unitaria y disponer de la cantidad exacta de producto en cada unidad, permitiendo la gestión separada de lotes, mezclas y todos los envases para controlar su limpieza y fianzas de clientes.

Debido a la complejidad y cantidad de información a tratar, toda la extracción y transformación de datos entre el sistema anterior y SAP se realizó con SAP BusinessObjects.

Además, la compañía ha implantado Regulatory & Safety con EHS sobre SAP HANA, para gestionar con total garantía todos los maestros de sustancias y fórmulas de las mezclas, así como la generación y emisión de fichas de seguridad MSDS y otros informes críticos.

PARC SANITARI SANT JOAN DE DÉU

El hospital inició su actividad el pasado sábado 13 de mayo de 2017 con el Sistema de Información Hospitalaria SAP SANIDAD sobre SAP HANA gracias al proyecto de implantación de la nueva Historia Clínica Electrónica realizado por Seidor.

La solución ha cubierto todo el abanico de servicios que ofrece el centro, desde los ámbitos de agudos en Hospital General, hasta los centros de hospitalización y los ambulatorios de salud mental y atención socio-sanitaria. Los módulos implantados para dar cobertura a los diferentes procesos de negocio han sido SAP IS-H (Industry Solution – HealthCare), basados en la Gestión Administrativa y Facturación, y SAP i.s.h.med, basados en la Gestión Clínica (Órdenes Clínicas, Quirófanos, Enfermería, Prescripción Farmacológica, Documentos Clínicos, Constantes Vitales, Documentos de evolución, etc.), a través de la innovadora interfaz de usuario SAP Smart UI sobre SAP Business Client (NWBC), una de las pocas en producción a nivel mundial.

El sistema se encuentra integrado con aplicaciones departamentales.

OXFAM INTERMÓN

La ONG narró cómo de la mano de Seidor utiliza SAP BPC para lograr que las personas puedan salir de la pobreza por sí mismas y prosperar, salvando vidas en situaciones de emergencia y ayudando a recuperar medios de vida.



FRIT RAVICH

Esta compañía ha avanzado en su proceso de transformación digital de la relación con el cliente, mediante el inicio del despliegue de su nueva app móvil, basada en Seidor Sales y la plataforma de movilidad de SAP. Destinada a su fuerza comercial formada por un equipo de más de 400 comerciales, consta de distintos componentes como el cliente 360°, la gestión de rutas y agenda, el catálogo digital, la gestión de pedidos, la gestión de incidencias, la gestión de cobros e ingresos o la gestión de gastos.

Según Frit Ravich, la aplicación ha supuesto un punto de inflexión tecnológico hacia una venta más consultiva en la que el equipo comercial dispone de más y mejor información sobre sus clientes y de herramientas avanzadas de soporte a la venta como el catálogo digital.

Sus planes pasan por incluir en el futuro funciones para la gestión del punto venta, versiones de la aplicación para clientes y distribuidores, así como la aplicación de algoritmos para la propuesta de visitas y up-selling/cross-selling basado en la segmentación y el análisis de datos históricos.

EMOTIONAL PULSE: TECNOLOGÍA AL SERVICIO DE LAS EMOCIONES

La firma presentó Emotional Pulse (www.emotionalpulse.com), el primer tracker tecnológico que ha monitorizado la localización, constantes vitales y estado emocional del alpinista Ferran Latorre, durante su aventura extrema al Everest.

A través de una app web articulada con una campaña digital, sus seguidores pudieron conocer su estado emocional en tiempo real y enviarle mensajes de apoyo a través de redes sociales. El propio alpinista contó su experiencia tras haber superado hacia escasos días su reto 14x8000.



tiempos de reacción ante posibles problemas en la fabricación de los mixes y evitando que se puedan producir errores humanos en el proceso. El grupo recoge también, en tiempo real, las diferentes señales de campo que les habilitan cuándo y cómo tiene que realizar las diferentes adiciones de materia prima en el proceso, para conseguir el resultado del mismo dentro de los márgenes de calidad deseados.

Con este proyecto, además, se ha descargado al departamento de compras de la ingente tarea de llevar a cabo un seguimiento de los pedidos realizados a los proveedores uno a uno, mediante un Portal de Proveedores.

DXC TECHNOLOGY - ITP

ITP y DXC Technology, trabajando como partners estratégicos bajo la metodología de trabajo de DXC y usando las herramientas de SAP Activate, realizan el informe necesario para la migración de todos los entornos SAP On Hana (también realizados en ITP por DXC) a SAP S/4HANA. El informe incluye qué se puede migrar de forma estándar y qué se necesita para migrar lo no estándar, evalúa las nuevas funcionalidades incluidas en la nueva versión y cuáles son tanto los desarrollos ineludibles como los beneficios futuros.

Incluye también los recursos, el tiempo necesario y una planificación de los trabajos para conseguir predecir los costes, planificar y analizar los beneficios.

EPI-USE - GRUPO AMMA

Grupo Amma tomó rápidamente la decisión de utilizar Query Manager 4 para dar respuesta al aumento de actividad y plantilla en nómina por la reciente adquisición por parte del grupo Adavir. Query Manager 4 es una solución para el área de SAP HCM facilita a este grupo el soporte a SAP HANA, la integración con SuccessFactors, la creación de documentos, la ampliación a otros módulos además de SAP HCM y, además, garantiza su continua evolución para cubrir todas las necesidades del Grupo Amma Adavir.

ENZYME - PUIG

Con presencia en 150 país y aproximadamente 4.500 empleados, Puig necesitaba poner en marcha soluciones digitales de for-

ma rápida. La firma confió en Enzyme Advising Group para, en un tiempo récord, implantar soluciones completas omnicanal con Neptune Software, empleando SAP Fiori.

El proyecto permite a todos los usuarios, repartidos por todo el mundo, ejecutar sus procesos de forma ágil desde aplicaciones web y dispositivos móviles, utilizando SAP pero sin necesidad de entrar en él.

COMMON MS - NEINVER

NEINVER ha movilizado sus procesos de gestión de activos inmobiliarios con soluciones Fiori UX desarrolladas por COMMON MS.

Para dar respuesta a las necesidades de Neinver en esta área, su socio tecnológico desarrolló una solución móvil ad-hoc, denominada "FICHA", para optimizar la gestión comercial a través de la integración del departamento comercial con el área legal de la organización. Se trata de una solución 100% móvil que facilita el acceso tanto online como offline a la plataforma, y garantiza la plena compatibilidad entre los departamentos comercial y legal de la compañía, lo que facilita significativamente los procesos internos.

EDICOM - GE HEALTHCARE

La multinacional General Electric, a través de la plataforma de comunicaciones EDICOM ASP integrada en SAP, ha conseguido automatizar diversos tipos de transacciones electrónicas con sus clientes en varios países, cumpliendo las legislaciones particulares como el intercambio de mensajes EDI, facturación electrónica con las Administraciones Públicas, declaración de los libros de IVA ante la AEAT (proyecto SII), generación de SAFT, etc...

SEMANTIC - MAIER

Maier Group puso sobre la mesa los beneficios derivados de la implantación de SAP S/4HANA de la mano de Semantic a través de un modelo de hosting en arquitectura TDI.

Entre ellos figuran la flexibilidad de la implantación y el pago por uso, así como los servicios de alta disponibilidad y recuperación ante desastres; los de backup y administración de sistemas SAP y la monitorización continua.

SUSE, dos sesiones

El proveedor contó con dos sesiones. En una de ellas **Santalucía** explicó cómo, basándose en SAP HANA, IBM Power y SUSE for Linux, puede tener una agrupación en clúster de alta disponibilidad integrada y el failover automatizado para reducir el tiempo de inactividad. El asistente de instalación automatiza totalmente las instalaciones de SAP HANA y NetWeaver, además de integrarse con SUSE Manager. También se tuvieron en

cuenta las ayudas para la transición de entornos SAP en Microsoft Windows a S/4HANA en Linux, el límite de caché de página, que soporta el rendimiento de las aplicaciones SAP y la asistencia técnica prioritaria perfectamente integrada de SAP y SUSE.

La otra exposición la realizó junto a **MyCloudDoor**, y en ella se explicaron las ventajas de utilizar SAP HANA con SUSE sobre Microsoft Azure.

WINSHUTTLE - EL CORTE INGLÉS Y LABORATORIOS INDAS

Winshuttle mostró en la sesión cómo dos de sus clientes, El Corte Inglés y Laboratorios Indas, automatizaron sus procesos de una forma rápida y sencilla, mediante el uso de su herramienta de implantación de cargas de datos en SAP.

En el caso de Laboratorios Indas, por ejemplo, consiguió, mediante la automatización que permite la solución, ahorrar tiempo en contabilizaciones de cierre de mes o descargar la información sin colapsar el entorno productivo. Asimismo, no existen errores manual en la introducción de los datos, éstos se introducen más rápido, se validan los datos antes de la contabilización, es fácil de usar para los usuarios de negocio y se descarga de trabajo a TI que, además, necesita hacer menos desarrollos y mantenimientos de ABAP.

EY - CIE AUTOMOTIVE

CIE Automotive (División de Automoción) eligió a EY para implantar SAP GRC y Audit Management como base para la gestión del modelo de control interno, de riesgos y de auditorías. La automatización de controles y la elaboración de cuestionarios RSC, integrados en la herramienta a través de la customización de Workflows, le ha permitido reducir considerablemente la labor de testing e integración de datos por parte de Auditoría Interna. A través del uso de informes en SAP BO se puede realizar un seguimiento de la efectividad del modelo de control interno en

cada región, así como del resultado de las encuestas RSC para cada planta.

INTEGRA - ACITURRI

Aciturri, con Integra como socio tecnológico, ha abordado la implantación de SAP SuccessFactors, para gestionar el talento de forma centralizada con agilidad y de forma sencilla. En 2016, con la implantación de los módulos de evaluación de objetivos y competencias y SAP Jam, se han conseguido mejoras notables en estos procesos. La compañía ha optimizado la gestión de las competencias del personal de oficina y su gestión de objetivos; ahora puede organizar y perfeccionar la gestión de conocimientos técnicos y la polivalencia del personal de las plantas; ha logrado mejorar la comunicación interna y facilitar el intercambio de conocimiento, y agilizar el proceso de toma de decisiones

HR PATH - VALLOUREC

VALLOUREC complementó sus SIRH SAP HCM con BiRHdy, solución de HR Path basada en BI. BiHRdy fue elegida por su capacidad de consolidar información heterogénea proveniente de varios SIRH implementados en el mundo y transformar esa información a un nivel corporativo estándar con la finalidad de generar cuadros de mando para el Comité Ejecutivo gracias a SAP BusinessObjects.



La opinión de los asistentes



ANTOLÍN CALVETE Y DAVID BAUTISTA
EX VICEPRESIDENTE Y EX PRESIDENTE DE AUSAPE

“Venimos cada año para ver a los amigos. El networking es una parte fundamental de este evento. Ya hemos pasado por Valencia, PortAventura, Castelldefels, Zaragoza y Sevilla, y ya veremos a dónde vamos. Nos gusta su crecimiento y cada edición no es comparable con las demás porque introduce temáticas diferentes”.

MANUEL PÉREZ Y VÍCTOR URBANO
AIRBUS

“Trabajamos en el área de Recursos Humanos y hemos visto pocas sesiones orientadas a este tema pero, al final, lo que más se valora en este tipo de eventos es el networking entre empresas, poder compartir problemas con los demás que, a veces, te pueden ayudar a encontrar soluciones. Repetiríamos el próximo año”.



JUAN DANIEL DE ALAIZ
HUNOSA

“He estado en muchos Fóruns, y el evento ha tenido un crecimiento muy positivo. Creo que contribuye muy positivamente a fomentar la relación entre clientes y partners y, además, se exponen experiencias de empresas y siempre se abordan temáticas de interés, como el SII, que nos preocupa a todos”.



MÓNICA NIETO
SEAT

“Es la primera vez que vengo y me ha gustado mucho. Se tratan temas muy interesantes de tecnología, de cosas nuevas que se están implementando. Pensaba que iban a ser sólo presentaciones de soluciones, pero el hecho de que sean los propios clientes y partners los que expliquen cómo han llevado a cabo los proyectos, con los problemas que han tenido y cómo los han solucionado, le da al evento un punto de experiencia que, realmente, es lo que nosotros debemos conocer”.

“Me encantó la charla de Pep Torres, que ha aportado una visión diferente de las cosas; a veces, es verdad que tienes que parar, mirar hacia adelante y decir 'tengo que dar un paso'. Volvería a asistir al evento”.



Dentro de las iniciativas de AUSAPE de potenciar el acercamiento Universidad-Empresa, tanto la opinión de los asistentes como la de los patrocinadores han sido recopiladas por estudiantes de la Facultad de Periodismo de la Universidad de Sevilla. Autores: José Manuel Aguilar García, Marina Benítez Gómez y Alba Toledo.

La perspectiva de los patrocinadores

IRENE GARCÍA, SEIDOR



“Es mi primer año y el evento ha cumplido mis expectativas. Creo que es fundamental para las personas que trabajan en el mundo SAP y en el sector tecnológico. Este tipo de eventos te sirven para conocer novedades tecnológicas, pero también para hacer un poco de networking”.

CATALINA GARCÍA Y SANDRA ORDÓÑEZ, UST GLOBAL



“El valor que aporta el Fórum es el networking: volver a ver a la gente y conseguir o retomar contactos con los que pones tus experiencias en común. Repetiremos en sucesivas ocasiones”.

JAVIER BENITO Y PAOLO GALÁN NTT COMMUNICATIONS Y HUAWEI

“El Fórum permite, por una parte, conocer las experiencias de los clientes y, por otra, el networking tanto con clientes como partners. Ha cumplido las expectativas; sólo hay que decir lo que comenta todo el mundo: en las salas pequeñas hace calor”.



CARMEN MORAL, HR PATH

“Nos permite un acercamiento a los clientes y también promocionar nuestra oferta”.



JORDI MARTÍN, ENZYME ADVISING GROUP



“Éste es el primer año de muchos. Es un evento que nos ofrece la posibilidad de estar en contacto, de un modo ágil y rápido, con empresas que ya son nuestros clientes y conectar con potenciales nuevos clientes”.

MARIO IZQUIERDO, STRATESYS



“AUSAPE es un foro muy importante porque nos pone la realidad de los clientes. Ves los proyectos innovadores, por dónde va el mercado, a los clientes y sus demandas”.

CHRISTIAN POMAR, T-SYSTEMS

“Es un evento organizado en torno a los usuarios de SAP, con lo cual nos permite estar vinculados con nuestros clientes y, eventualmente, con los que podrían serlo en el futuro”.



VANESA MARTÍNEZ, INTEGRA

“Nos permite estar en contacto con el cliente final y es una manera fácil de hacer networking”.



LUCAS CAIRO, EPI-USE

“El evento nos permite conocer las necesidades de los clientes y entender en qué les podemos ayudar. E igual con los partners: no venimos a competir, sino a enterarnos de qué están trabajando y en qué nos podemos ayudar”.

SUSANA VILLAR, ARANCHA REBOLLO Y ANABEL SARRATE, OPENTEXT



“El mayor valor del Fórum es el nivel de networking que facilita que tengamos, que no sería posible en otro tipo o formato de evento”

MONTSE DE LAS CUEVAS, EY

“Este evento nos permite estar en contacto con las empresas usuarias y conocer sus necesidades”.















Los asistentes ponen nota al Fórum de las 3Rs (¡R de récords!)

AUSAPE hace balance de la decimotercera edición

Una vez consolidados los datos recabados de la encuesta de satisfacción, la Vicepresidenta Mónica García Ingelmo, como responsable de los eventos organizados por AUSAPE, nos acerca el análisis y las conclusiones que extrae la Asociación de una cita que, como hemos comentado en las páginas anteriores, será recordada por sus récords en asistencia de personas y empresas, y en patrocinio.

Por primera vez en sus 13 años de celebración, el Fórum ha superado la cifra de los 800 asistentes, consiguiendo superior al 17 por ciento si se compara con el número de participantes de la edición de 2016. Aumenta también el ratio de fidelidad de asistencia ya que, una vez contabilizadas las inscripciones y registradas las cancelaciones, se elevó al 97,3 por ciento. Este dato muestra incluso un nivel de compromiso con el evento que en su edición anterior, en el que se había situado en un envidiable 94,5 por ciento.

Este crecimiento en personas tiene su reflejo en otro de los récords conseguidos por el evento, ya que se superó la cifra de 300 organizaciones presentes, lo que ha permitido situar el crecimiento en este apartado en algo más del 15,6 por ciento. Por tipología de empresa asociada, el 79 por ciento eran Asociados de Pleno Derecho, mientras que el 21 por ciento restante pertenecían a la categoría de Asociados Especiales.

Analizando todos los datos, la asistencia cliente-partner en esta edición se ha situado en 3,8 empresas clientes por cada empresa partner, y del total de participantes en el evento, 2,2 asistentes cliente por cada uno de partners.

Además, ésta ha sido la edición que ha contado con mayor respaldo por parte de los partners, con más de 50 patrocinadores, que han apoyado activamente el evento.

Son tres hitos logrados que llegan en uno de los momentos más dulces de la historia de AUSAPE, que ha alcanzado, y superado, el pasado mes de mayo la mágica cifra de los 500 Asociados. Todo ello convierte, sin duda alguna, a Fórum AUSAPE en uno de los más especiales de los celebrados hasta el momento al superado con creces cualquier expectativa razonable de AUSAPE como entidad organizadora.

Madrid (con un 31,1 por ciento) y Cataluña (con un 28,9 por ciento) siguen siendo las comunidades que más asistencia han aportado al Fórum, aunque han reducido su porcentaje en 10 puntos hasta el 60 por ciento. Ésta es una métrica que pone en evidencia que el evento y la propia Asociación consiguen más capilaridad y un mayor alcance. Lógicamente la participación andaluza se ha incrementado hasta el 19,4 por ciento, siendo Andalucía la

Organización y Logística (Gráfico 1)

| | |
|--------------------------------|-----|
| Desarrollo General del Evento | 4,2 |
| Lugar de Celebracion | 3,8 |
| Nivel de expectativas cumplido | 4,0 |
| Utilidad Minisite y App | 3,5 |
| Comidas Palacio Congresos | 3,6 |
| Cena y Actividades | 3,6 |
| Alojamiento y Hoteles | 4,2 |
| Traslados en autobús | 4,3 |

tercera comunidad en participación, seguida de la zona Norte, con el 5,5 por ciento, y Levante, con el 5,4. El 9,6 por ciento restante se distribuye entre el resto de geografías.

RESULTADOS DE LOS FORMULARIOS

La organización ha recibido 470 formularios de satisfacción, en los que los participantes tuvieron que evaluar el nivel de las distintas ponencias, así como los distintos aspectos organizativos.

En este apartado (ver gráfico 1), los asistentes valoran positivamente la organización general del evento, el lugar de celebración, el nivel de expectativas cumplido, el alojamiento y el transporte en autobús. Las comidas, cenas, actividades y la utilidad, tanto del minisite como de la app dedicadas al evento, han sido calificadas con un notable alto.

Sesiones magistrales (Gráfico 2)

| | | |
|-----------|-----------------------|-----|
| Magistral | Pep Torres | 4,6 |
| SII | Mesa Fiscal | 4,1 |
| IBM | Inteligencia Atifical | 3,2 |

Ranking de ponencias (Gráfico 3)

| | | |
|-------------|---|------|
| MAGISTRAL | Pep Torres | 4,57 |
| SEIDOR | Ferrán Latorre - Emotional Pulse | 4,51 |
| NGA | Ficosa - Implantación de Employee Central | 4,29 |
| SEIDOR | Indukern - Regulatory & Safety con EHS sobre HANA | 4,25 |
| SEIDOR | Parc Sanitari Sant Joan de Déu - SAP Sanidad sobre HANA | 4,25 |
| ENZYME | Puig - Fiori/Neptune: Una solución tecnológica para negocio | 4,23 |
| WINSHUTTLE | El Corte Inglés / Indra - Gestión de datos SAP | 4,14 |
| SII | Mesa Fiscal | 4,13 |
| ITELLIGENCE | Presspart - Migración de ECC 6.0 a S/4Hana | 4,10 |
| UST Global | CNIO - La innovación es el camino al futuro | 4,10 |
| EY | CIE Automotive - SAP GRC y Audit Management | 4,06 |
| IBERMATICA | Ilunion - Business Suite on HANA | 4,02 |
| DTM | SAP SuccessFactors Learning en la Industria Farmaceutica | 4,00 |
| SEIDOR | Frit Ravich - Movilidad fuerza comercial | 4,00 |
| COMMON | Neinver - Fiori UX/Neptune | 4,00 |
| SEMANTIC | Maier - Hosting en Arquitectura TDI | 3,96 |



Mónica García Ingelmo.

Por lo que respecta a los contenidos de la agenda, tuvieron que poner nota a las 3 sesiones magistrales o plenarias, 35 casos de éxito de implantaciones expuestas por los propios clientes conjuntamente con sus socios de tecnología, a 4 sesiones técnicas de expertos SAP y a las diferentes iniciativas puestas en marcha en el evento.

Como se puede observar en el gráfico 2, la sesión de Pep Torres fue la mejor valorada y sobre la que más asistentes opinaron activamente, con la impresión generalizada de que el interés iba aumentando a medida que avanzaba la presentación. A ésta le siguió, según la percepción reflejada en las encuestas de satisfacción, la Mesa Fiscal sobre SII. Las respuestas reflejaron también el alivio de los participantes al quedar claro que no hay un ánimo sancionador por parte de la AEAT, a no ser que se ignore totalmente la normativa. La ponencia sobre Inteligencia Artificial, con IBM Watson protagonista, fue la que obtuvo una calificación más discreta, un 3,22 sobre 5, lo que impidió que entrase en el ranking de las sesiones mejor puntuadas. Según se desprende de las opinio-

nes de los encuestados, pudo deberse al poco protagonismo que tuvo el robot “Pepper” a lo largo de la ponencia, cediendo éste a la parte de presentación que se puede considerar más tradicional.

RANKING DE PONENCIAS

En cuanto al ranking general de las 42 sesiones paralelas, destaca que 15 de ellas han superado la puntuación del 4,0. En esta clasificación, como se observa en el gráfico 3, destaca que de las 42 sesiones paralelas, 15 han superado el listón de 4,0 de puntuación, pero también hemos querido incluir una sesión valorada con un 3,96, cifra muy cercana a la nota de corte y alejada de su inmediata seguidora, que se situó en un 3,82.

En lo que a las ciudades favoritas para celebrar la cita tecnológica de 2018, las ciudades que encabezan la lista y que han superado los 40 votos, son Bilbao, Sevilla y Barcelona. En el apartado de comentarios, se solicita un adelanto en la fecha del Fórum del próximo año.



NUEVAS INICIATIVAS

Por otro lado, la encuesta incluía cuestiones relativas a las novedades de esta edición del Fórum y también otras relacionadas con la actividad de AUSAPE.

De las respuestas de los asistentes se constata la excelente acogida de las dos nuevas iniciativas puestas en marcha en el evento de 2017, ya que un 98,4 por ciento consideraron de interés el Taller de Innovación y un abrumador 99,7 por ciento de los encuestados sostienen que se debería de mantener el Foro de Empleo en las futuras ediciones.

AUSAPE también incluyó en el documento cuestiones sobre la actividad internacional. En este punto, un 98,3 por ciento de las personas que cumplimentaron el formulario aseguran que conocen los dos principales foros de interlocución con SAP en este ámbito: SUGEN y AUSIA y, además, un 99,5 por ciento estaría interesado en participar en las actividades internacionales.

Ante esta respuesta, AUSAPE informa que será un tema que se tratará en la próxima Jornada de Coordinadores y De-

legados, programada para otoño, ya que la implicación de los Grupos de Trabajo y Delegaciones será clave para promover y facilitar la participación de las empresas asociadas en estas iniciativas, de forma que puedan obtener ventajas de esta implicación.

Finalmente, el formulario recabó la opinión de los asistentes sobre su interés en la apertura de nuevos Grupos de Trabajo o en temáticas concretas. En este apartado requerimientos legales como GDPR o IFRS16 suscitan la atención de los encuestados, dada su obligatoriedad, pero también otros temas como Internet de las Cosas o la Robótica, y temas como CRM, BPC o Licenciamiento continúan apareciendo en la lista como áreas interesantes a desarrollar. Además, las respuestas animan a que se promociónen más los Grupos existentes.

Hemos recibido más comentarios, a los que damos respuesta en la página siguiente. Por nuestra parte, os confirmamos que la próxima edición del Fórum AUSAPE, que tendrá lugar en 2018, inicia ahora su andadura y preparación.



Ante todo, nuestro agradecimiento

Desde que nació el evento no ha dejado de crecer en asistencia y son cada vez más las empresas que, con su patrocinio, lo respaldan. Desde su primera edición, en la que participaron 206 personas y contó con 5 partners como colaboradores, hasta la decimotercera, el evento no ha dejado de evolucionar, incluir nuevas iniciativas y atraer a los mejores ponentes del mercado. Este esfuerzo ha dado como resultado que hoy es una cita consolidada en el calendario de eventos tecnológicos que se celebran en España.

Ha sido, sin lugar a dudas, una edición en la que se han superado nuestras propias expectativas en muchos aspectos, desde las cifras de asistencia o el ratio de fidelización hasta la elevada participación en las sesiones y un largo etcétera de cosas que nos sorprenden. El Fórum crece en volumen y afronta nuevos retos porque, con una participación cada vez mayor, es un evento que no puede dejar en el camino el espí-

ritu de colaboración que ha marcado su trayectoria desde que dio sus primeros pasos. Y, precisamente, el intercambio de conocimiento, las relaciones y el networking entre los asistentes fue también un claro protagonismo de nuestro Fórum.

Todo esto, los logros cuantitativos y los cualitativos, no sólo se han conseguido gracias al esfuerzo de la Asociación, sino también por la implicación y el compromiso de todos vosotros con la Asociación y con su Fórum. Y, ante esto, queremos daros las GRACIAS.

Desde AUSAPE, como entidad organizadora, estamos satisfechos con los resultados de esta edición del Fórum, máxime cuando suponía un auténtico reto con el cambio en el lugar de celebración y las dimensiones que tiene hoy el evento.

Nuestras expectativas han sido superadas y esperamos que las vuestras se hayan cumplido. ¡Nos vemos en Fórum AUSAPE 2018!



Críticas y sugerencias de cambio que nos permiten mejorar

Llega el momento de analizar los comentarios que han realizado los encuestados en el momento que completaron los formularios de satisfacción. Son críticas constructivas que sirven para que la Asociación identifique los aspectos mejorables y subsanarlos en las siguientes ediciones. Queremos que este Fórum, organizado para todas las empresas asociadas, siga siendo el evento de referencia para todo el ecosistema SAP.

AUSAPE ha recibido sugerencias para mejorar algunos puntos relativos a la organización del evento y al soporte de la oficina.

Así, en el primer apartado, se han recibido críticas sobre el mal funcionamiento del aire acondicionado en las salas en la que se celebraron las sesiones paralelas, lo que provocó que hiciese mucho calor durante las sesiones, teniendo en cuenta las altas temperaturas de esos días en Sevilla. Probablemente debido a ello, ha habido una petición generalizada de adelantar la fecha del evento para eludir el calor propio de esta época del año.

También ha habido quejas sobre el acondicionamiento de las salas de las paralelas, principalmente centradas en la insuficiencia de medios. Los participantes en las encuestas nos han transmitido, además, un mensaje para las empresas que exponen casos de éxito: varias de ellas, nos dicen, carecían de interés. Este comentario es recurrente y estaba ya presente en la pasada edición, en la que pedían, tanto a partners como a empresas cliente, que se eliminase de sus exposiciones la parte de presentación de compañía para centrarse en el caso de éxito. También recibimos algunos comentarios sobre la capacidad de aforo de las salas. Esto se debe al espacio contratado por cada uno de los patrocinadores que, en algunos casos, vieron superadas sus expectativas.

La cena del día 21 también fue víctima del calor durante el aperitivo, lo que sumado a un servicio muy lento, hizo que finalizara muy tarde, restando tiempo al networking entre los asistentes. Tomamos nota para el Fórum de 2018.

Los participantes en la encuesta sugirieron, en el apartado de soporte de la oficina, potenciar la publicitación del mini-site del

Fórum y de la app con más antelación a la celebración del evento, y lo mismo sucede con la información sobre las presentaciones de los patrocinadores: tiene que difundirse antes. Lo apuntamos para la próxima edición.

Asimismo, se deberá mejorar e intensificar la gestión del envío de instrucciones sobre el funcionamiento del evento, el proceso de checking, el formulario de valoración y los traslados.

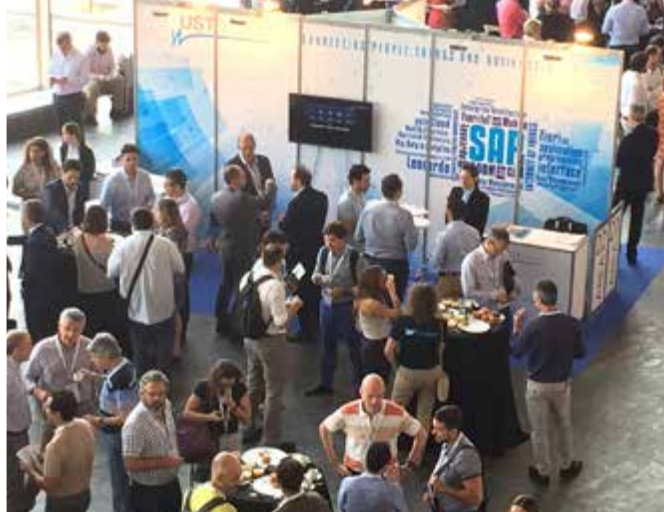
Por último, la organización ha recibido alguna sugerencia orientada a dar mayor visibilidad a las empresas que forman parte de AUSAPE, y a las actividades y servicios que ofrece.

ESCUCHAMOS Y ACTUAMOS

Fruto de los resultados de las encuestas de 2016, se han producido mejoras en áreas que habían recibido críticas como, por ejemplo, el control de los tiempos o la señalética y también se ha optimizado el servicio de autobuses, que ha sido muy bien valorado este año.

Además, se sugería que hubiese más sesiones Demo, que eran novedad en 2016, y así ha sido en Fórum AUSAPE 2017. Se pedía también una agenda en app, y la estrenamos. Otros comentarios mencionaban la necesidad de abordar temas como SAP HANA y Licenciamiento, y hoy el Grupo de Trabajo de HANA ya es una realidad, y se están organizando sesiones presenciales y online sobre el segundo de los temas, con énfasis en Audits y Accesos Indirectos.

Por tanto, agradecemos todos los comentarios y una vez identificados los puntos de mejora, nos ponemos a ello.



Fórum AUSAPE 2017

Innovar para crecer







Asociados, patrocinadores, colaboradores
y a toda la familia AUSAPE

“

Gracias

”

Vosotros habéis hecho posible una vez más que
el Fórum AUSAPE 2017 haya sido todo un éxito

¡ASÓCIATE!

Grupos de trabajo
Acceso a formación certificada
Participación en foros



10 años de revista al servicio del Asociado

Corría el año 2007 cuando se publicó el primer número de la revista AUSAPE, con más empeño que experiencia en la edición de publicaciones, pero con el convencimiento de que era un instrumento adecuado para hacer llegar de forma sencilla la información a las empresas asociadas.

Desde aquella fecha se han editado 50 números de la revista, y hoy es publicación de referencia en el entorno SAP. No siempre ha sido fácil, como nos cuenta en las siguientes páginas, David Bautista, Presidente en aquella época de la Asociación, ya que tuvo que hacerse un hueco y se carecía de experiencia en este tipo de iniciativas.

También tuvo que sortear la crisis. Nos situamos en 2010, año en el que presidía el equipo de dirección de AUSAPE Susana Moreno, quien explica que en ese momento AUSAPE se enfrentaba al reto de su supervivencia, por lo que se llevó a cabo un análisis exhaustivo de la situación de la Asociación. El resultado de éste fue una nueva estrategia de posicionamiento, que trajo consigo una renovación y modernización de AUSAPE en muchos aspectos, entre ellos el área de comunicación, cuyo principal cambio residió en el diseño de un plan global para aglutinar bajo un mismo paraguas todas las vertientes: comunicación interna, externa, acciones en redes sociales y publicaciones, con el objetivo de aprovechar sinergias y crear una marca para la Asociación.

Sin duda, estas dos fechas han sido muy significativas para la revista, pero todos los equipos directivos de AUSAPE han apostado por su evolución y han dado luz verde a la incorporación de nuevas secciones y cambios de diseño, que han demostrado ser positivas para que sea un medio vivo y que plasme la realidad del entorno SAP y los retos de las empresas asociadas.

Sin perder de vista su principal objetivo como medio transmisor de información a las empresas asociadas, la revista ha ampliado sus horizontes mediante una constante evolución, con cambios en el formato, en el diseño y en los contenidos, cada vez de mayor alcance para que los lectores tengan en sus manos una herramienta útil. En este sentido, en cada número la publicación se propone en cada una de sus ediciones no sólo difundir las iniciativas de la Asociación, sino también ofrecer una foto fija del momento en el que se encuentra y dar voz al Asociado, a través de entrevistas y artículos a las empresas que la componen, para dar a conocer sus experiencias, sus necesidades y sus retos.

LA SUMA DE MUCHAS MENTES Y MANOS

La revista cuenta con la colaboración de muchas personas que trabajan con un mismo propósito: hacer llegar a los lectores una publicación de calidad, con las últimas noticias, novedades, análisis, entrevistas, opiniones, artículos técnicos, etc.

Y así ha sido durante los diez años de edición de este producto hoy consolidado, independiente de los cambios que se han producido en sus diferentes etapas. Así, en sus primeros años, hasta 2011, dirigía la revista –bajo la supervisión de la Junta Directiva– Mariano Ferrera, un profesional de amplia experiencia en el sector TI, y su edición recaía sobre su empresa: Kerunet Relationship Management,

S.L. Él fue el responsable de los primeros pasos de la revista y, como explica David Bautista, tras un primer número de 16 páginas, la iniciativa pudo aumentar su tamaño, la calidad de los contenidos y el número de colaboradores gracias a su buena aceptación, lo que permitió un buen equilibrio de costes e ingresos.

En 2011, con la puesta en marcha de la nueva estrategia de comunicación de la Asociación, se produce un cambio significativo: AUSAPE asume la edición de su publicación, y encarga a la empresa Tasman Graphics su dirección de arte, con Reyes Alonso en la redacción de contenidos. Además, recursos internos de la oficina colaboran en su preparación en diferentes ámbitos y, siempre, con la supervisión de la vocalía de Comunicación y el resto de los miembros de la Junta Directiva.

Cada número de la revista son muchas páginas en blanco que, para teñir de color, necesita de muchos recursos, mentes y manos.

QUIÉN HACE QUÉ, Y QUÉ SUPONE

El equipo que participa en la revista es mixto, compuesto por personal de oficina y los proveedores externos, que trabajan coordinadamente en la creación del calendario editorial que se elabora anualmente y se reúne periódicamente para planificar los contenidos antes del inicio de cada edición.

Corresponde a la oficina la planificación publicitaria, cuya responsabilidad recae sobre Roberto Calvo, Director de Operaciones de AUSAPE y Rita Veiga, Ejecutiva Comercial y de Gestión. Es ella también quien se ocupa de recopilar las colaboraciones de los partners que completan la sección Artículos en profundidad, y de coordinar las entregas de los participantes en cada número. Su labor no acaba ahí, ya que ejerce el último control de calidad supervisando la publicación completa antes de su entrada en imprenta para su posterior distribución. Anteriormente, esta importante labor la desempeñaba Olga Lungu. En ambos casos, han tenido que combinar esta tarea con otras responsabilidades dentro de la Asociación. Sin embargo, como explica Rita Veiga, “supone un extra de trabajo pero, al final, es muy gratificante, ya que vemos que la revista es cada vez un instrumento más importante a la hora de comunicarnos con los Asociados y estamos haciendo un importante esfuerzo para promover su participación, no sólo en la publicación en sí, sino en las actividades e iniciativas de AUSAPE”.

Desde redacción se elaboran todos los contenidos propios, (las entrevistas de cada número, las novedades y noticias de la Asociación, los resúmenes de todos los eventos, etc.) y se revisan todos los contenidos de los artículos y colaboraciones para eliminar potenciales erratas y minimizarlas. En este sentido, Reyes Alonso señala que “son días con una fuerte presión para cumplir con los cierres, que coinciden



con otras actividades relativas a la estrategia de comunicación que hay que llevar a cabo. Desempeño funciones tanto de gabinete de comunicación para gestionar las relaciones con prensa, social media, como de redacción en las publicaciones dentro de AUSAPE, que son vertientes que he desarrollado a lo largo de mi carrera. Sin embargo, tengo que reconocer que la revista me permite seguir ejerciendo el periodismo en un sector que me encanta, que es el tecnológico, y eso para mí compensa el nivel de estrés que me puede generar. Pese a que es una revista corporativa, en AUSAPE no hay miedo al cambio, así que es una oportunidad para todo el equipo de poder crear, innovar y hacer evolucionar a un medio de forma constante”.

“En mi caso, además, mi trabajo en la revista me ha servido para conocer cómo se hace una revista y aproximarme más al mundo de la comunicación. Está siendo una experiencia nueva y muy enriquecedora”, añade Rita Veiga.

Por su parte, Tasman Graphics se ocupa del diseño, maquetación e impresión, siempre tratando de ser fiel tanto a la imagen de la revista como a la identidad de la Asociación. Han sido los responsa-

bles de las distintas evoluciones en el diseño y de dar cabida a las diferentes secciones que se han incorporado en el tiempo. “Siempre intentamos que la revista resulte atractiva para los lectores otorgando el mismo protagonismo a todos los colaboradores de la misma y que, al mismo tiempo, sepan que tienen en sus manos la revista AUSAPE, con una identidad corporativa muy marcada”, expresa Juan Márquez, responsable de la revista dentro de la compañía de diseño.

La publicación, que se edita seis veces al año, no es producto sólo del trabajo de estas personas. “Creo que es importante decir que, en realidad, contamos con el apoyo de nuestros colaboradores habituales y de todo el personal de oficina, que nos ayuda en tareas que son importantes, desde las personas que están formándose dentro de AUSAPE hasta el personal más senior como Jesús Álvarez, que nos da soporte cuando le necesitamos, y muy especialmente Mercedes Aparicio, que se ocupa de las suscripciones pero también está al quite de pequeños detalles que, al final, marcan la diferencia”, concluye Reyes Alonso.

PORTADAS PARA EL RECUERDO... sólo una pequeña selección



NÚMERO 1
Empezamos el camino.



NÚMERO 24
Las Asambleas de AUSAPE, siempre como testigos

NÚMERO 15
Al lado de los grandes eventos AUSAPE



NÚMERO 34
Con los protagonistas de la actualidad, por supuesto



NÚMERO 19
Número bilingüe español-inglés, con motivo de la celebración del SAPPHIRE Now! en Madrid



NÚMERO 38
Comunicamos los éxitos



NÚMERO 21
AUSAPE llega a la mayoría de edad. ¡Lo celebramos en la revista!



NÚMERO 45
Nos encanta el trabajo colaborativo y lo contamos en nuestras páginas





“La revista fue una apuesta muy meditada y debatida”

La publicación que ahora tiene en sus manos, surgió de la iniciativa de una Junta Directiva presidida por David Bautista, de HUNOSA. Diez años después, nos da su perspectiva de por qué lanzarla en aquel momento y su evolución.

¿EDITAR UNA REVISTA FUE UNA GRAN APUESTA?

Sin duda, fue una apuesta muy meditada y debatida en varias reuniones de la Junta Directiva, ya que teníamos muchas dudas por la falta de experiencia en estas labores, por el coste y la conveniencia de colaboraciones por parte de nuestros Asociados Especiales. Finalmente se tomó la decisión en una reunión celebrada en San Sebastián y se empezaron a dar los pasos que concluyeron meses después en el primer número de la revista AUSAPE de enero de 2007. Tenía 16 páginas, un formato gráfico que marcaría el estilo futuro y la colaboración de Stratesys, Seidor y Realtech.

Fue un trabajo muy prometedor del nuevo equipo de la Asociación que, con el paso del tiempo, demostraría lo acertado de la decisión.

¿QUÉ NECESIDADES QUERÍAN CUBRIR?

En el primer editorial escribí que se proponía “la tarea de hacer llegar información puntual sobre todos los eventos, actividades, propuestas y proyectos que estamos pensando o desarrollando, y hacerlo además de un modo directo, sencillo y gratuito”. Abríamos un nuevo canal de comunicación para el ecosistema SAP, que complementaba las actividades existentes y a la web de la asociación.

¿CÓMO FUERON SUS PRIMEROS TIEMPOS?

Hubo algunos fallos de logística en los primeros números que pasaron desapercibidos. Costaba encontrar colaboradores para la revista entre los Asociados y, por tanto, tuvieron que dar un paso adelante los miembros de la Junta Directiva. Por suerte, la gran acogida sirvió para que cada vez fuera más sencillo encontrar todo tipo de colaboradores, y ahí empezó otro tipo de gestión: además de crecer en tamaño y en calidad los contenidos, empezó a comportarse estupendamente en lo que se refiere a costes e ingresos.

¿CREE QUE LA REVISTA HA CUMPLIDO LOS OBJETIVOS PARA LAS QUE SURGIÓ?

No tengo la menor duda, incluso fue incorporando líneas de acción que no contempladas inicialmente, y ese dinamismo es lo que la hace evolucionar sin perder su esencia. Su rol sigue plenamente vigente.

¿VERÍA CON BUENOS OJOS UNA TRANSICIÓN DE LA REVISTA A UN FORMATO DIGITAL?

Hace algunos años que no leo ningún periódico ni revista en papel (salvo la de AUSAPE). Estamos en un mundo digital que nos aporta comodidad y cuida del medio ambiente; no podemos aferrarnos a un formato que, aunque vigente, cada vez tiene menos adeptos, pero ese paso debe ser tranquilo e incorporando nuevas líneas de

actuación más inmediatas y colaborativas. No se puede convertir en una réplica de la revista actual porque estaríamos desaprovechando las funcionalidades que nos aporta el formato digital. Sería como una migración manteniendo a todos los Z y, de eso, esta asociación sabe mucho.

Felicidades al equipo de AUSAPE por la calidad de la revista y las inquietudes que muestran de evolución y mejora.

Una mirada al pasado, de la mano del ex Presidente de AUSAPE

En ese número 1 de la revista, publicábamos que AUSAPE acababa de entrar en la ICCO Community (International Customer Competence Center Community), que era el primer paso en nuestra actividad internacional.

Dedicábamos espacio a los Grupos de Trabajo, de los que decíamos que “son estructuras independientes organizadas y creadas por nuestros propios asociados y centradas en áreas de interés...” y también explicábamos que “como punto culminante dentro de las actividades de estos Grupos de trabajo, encontramos el Fórum GT”.

Mirando en retrospectiva, recuerdo el empuje de sus coordinadores con la petición continua de recursos y especialmente la fuerza de Miguel Ángel Alonso en su grupo de EH&S.

Comentábamos en ese primer número las VIII Jornadas con su lema de “Talento y Gestión” celebradas en el Casino de Madrid con temas de tanta actualidad como el acceso electrónico de los ciudadanos a la Administración, el DNI electrónico y la búsqueda de la estrategia a la tremenda aceleración que estamos experimentando. ¡Eran las preocupaciones de aquellos tiempos!

Además, poníamos en marcha el Laboratorio, sistemas SAP ECC, BW y CRM a disposición de los asociados que eran mantenidos por la asociación y con cesión de licencias por parte de SAP. Fue una gran idea malograda.

La Formación de esa época viene marcada por la “Tarifa Plana de SAP” y los Máster con la UOC y de La Salle, dando de forma muy original solución a la cantidad de peticiones que existían sobre cursos gratuitos o rebajados de tarifa y que me sirvió para realizar un máster personal en negociación.

“2011 fue un año crítico, lleno de desafíos y de cambios”

En 2011 se llevó a cabo una gran remodelación de la revista, que implicó cambios de formato y de diseño. Éstos sentaron las bases para la entrada de nuevas secciones y temáticas. Susana Moreno, de ILUNION y Presidenta de la Asociación en aquel momento, nos explica el porqué de ese giro.



EN SU OPINIÓN, ¿QUÉ SUPUSO EL LANZAMIENTO DE LA PUBLICACIÓN PARA AUSAPE?

Fue un hito importante. Lo que ahora parece normal y perfectamente asentado, hace diez años constituía un desafío en una asociación que ha evolucionado muchísimo, al igual que lo han hecho las empresas asociadas.

La revista era un balcón al que asomarse desde el mundo de las empresas y de los partners. Un modo de dar visibilidad al trabajo de la Asociación y de los Grupos de Trabajo y, especialmente, una forma de “humanizar” el entorno SAP, poniendo caras y vidas a los protagonistas de cada empresa.

¿CUÁL CREE QUE ES EL VALOR QUE OFRECE HOY AL ASOCIADO?

La revista se ha consolidado como un punto de referencia y una forma de tangibilizar la madurez de la Asociación a través de un medio de comunicación que, comenzó siendo interno, y que ahora ha traspasado esta frontera siendo una revista de referencia en el entorno SAP. Me atrevo a decir que la mejor, sin duda.

CUANDO ASUMIÓ LA PRESIDENCIA DE AUSAPE EN 2010, LA REVISTA EXPERIMENTÓ SU MAYOR CAMBIO DESDE SU FUNDACIÓN EN 2007. ¿POR QUÉ?

El cambio es necesario y, además, es imparable. En 2010, y aunque ahora parezca casi la prehistoria, la Junta Directiva de aquel momento realizó un profundo análisis de la situación de la Asociación y de la necesidad de renovar muchos de los medios y sistemas con los que contaba en todos sus canales de comunicación. Por supuesto la revista ocupó un lugar de referencia. Teníamos claros los pasos a dar, así lo hicimos, y nos han conducido a que AUSAPE sea hoy en gran medida lo que es, una Asociación saneada, profesional, potente y con capacidad de representación de sus Asociados.

¿EN QUÉ CONTEXTO SE REALIZÓ AQUEL CAMBIO, CUÁL ERA LA AUSAPE DEL AÑO 2011?

Era una Asociación que se enfrentaba al reto de su supervivencia. Económicamente estaba pasando por momentos muy difíciles con muchas vías de actuación abiertas y con un debilitamiento

importante en su política estratégica de posicionamiento interno y externo.

2010 fue un año durísimo, tocamos fondo. A partir de ese momento sólo se podía mejorar. 2011 fue un año crítico, lleno de desafíos y de cambios: ajustes, saneamiento, mejora de la gestión, pero también mayores inversiones que se realizaron en la oficina, en la página web, en mejorar la revista... Lamentablemente no crecimos en número neto de asociados aunque fue el ejercicio que más altas consiguió la Asociación. Un hito fundamental para mí fue la organización del Fórum en 2011, año en el que AUSAPE llegaba la mayoría de edad, los 18 años de existencia. Fue el primero en PortAventura y supuso un cambio total de orientación respecto a los años anteriores. Ese cambio de orientación pervive hoy en espíritu y formato en el fórum actual, que ha avanzado y se ha posicionado de forma envidiable.

Y en 2012, seguíamos todavía en la travesía del desierto, pero con una base sólida y profesional asentada, unas cuentas saneadas y una planificación de futuro.

Hubo que hacer un enorme esfuerzo, en el que no puedo dejar de nombrar a dos compañeros que lucharon por poner a AUSAPE al nivel que luego consiguió y que ahora mantiene. Me refiero a Victoria Cuevas y a Antolín Calvete.

COMO ASOCIADA Y AHORA QUE NO ES MIEMBRO DE LA JUNTA DIRECTIVA, ¿QUÉ LE PIDE A LA REVISTA?

Algo que ya cumple, en mi opinión, aunque siempre se podrá mejorar y seguro que los responsables de la misma están en ello. Pediría tres deseos: que sea un reflejo vivo y auténtico de la realidad de nuestras empresas y nuestros proyectos; que siga mostrando personas y no sólo tecnología, y que presente frente a SAP una organización fuerte y viva, impulsora de la transformación y del cambio, y con un grupo de personas unidas y deseosas de mejorar tanto el producto como el servicio.

¿CREE QUE ES NECESARIA UNA TRANSICIÓN DE LA REVISTA A UN FORMATO DIGITAL?

El formato digital es inevitable, tanto por razones prácticas como económicas. Creo que ofrece grandes posibilidades y permite llegar a mucha más gente. Sin duda, apostaría por este formato y la posibilidad de realizarlo en un entorno colaborativo y participativo.

Mario Rodríguez Manzanares,
CIO de Siemens en España

SIEMENS

“Somos uno de los mayores clientes de SAP en el mundo a nivel de usuarios”

Siemens finalizó el año pasado la migración de sus 50 sistemas SAP críticos a SAP HANA, un proyecto de envergadura que le ha permitido dar un salto tecnológico y obtener importantes mejoras en eficiencia. Mario Rodríguez nos habla en la entrevista de este proyecto mundial de gran impacto y también del papel de la organización de IT española dentro de la estructura de IT global, así como de la estrategia general de la compañía y sus proyectos de transformación.

¿CUÁL ES LA ESTRATEGIA DE LA COMPAÑÍA A NIVEL GLOBAL?

Desde hace dos años estamos inmersos en la ejecución del programa estratégico Visión 2020 que se centra en potenciar el crecimiento y nuestra posición de liderazgo en tres ámbitos: electrificación, automatización y digitalización.

En este último ámbito, pretendemos crecer a un ritmo de doble dígito en venta de software y servicios digitales. En 2016 tuvimos unos ingresos por software de 3.300 millones de euros, mientras que el volumen de negocio por servicios digitales se elevó a 1.000. Estas cifras suponen un crecimiento anual del 12 por ciento, mientras que el mercado crece al ritmo del 8 por ciento, con lo cual vemos que nuestro plan a largo plazo avanza de forma positiva. Somos ya una importante empresa de software, con 20.000 desarrolladores en plantilla.

¿CÓMO AYUDA EL DEPARTAMENTO DE IT A MATERIALIZAR ESA ESTRATEGIA?

IT contribuye en muchos ámbitos, pero me voy a focalizar en dos. Por una parte, impulsamos la digitalización de la compañía y la forma en la que opera internamente, por lo que hemos hecho un importante esfuerzo para modernizar el entorno de trabajo, dotando a nuestros colaboradores de un conjunto de soluciones flexibles, móviles y seguras. Hoy un trabajador de Siemens puede llevar con él, en su smartphone y tablet, toda la potencia de la organización, y eso para un vendedor es importantísimo.

Por otra parte, nuestro objetivo es ayudar a todos nuestros clientes a que digitalicen su core de actividades y creemos que para ello es importante aplicar el lema “we use what we sell”

porque genera mucha confianza en el mercado. En este sentido, estamos posicionando en el mercado soluciones y servicios que la compañía utiliza para mejorar su eficiencia interna. Nos hace sentirnos muy cómodos porque vendemos algo que utilizamos. Por ejemplo, somos muy fuertes en Industria 4.0 y tenemos 270 fábricas en el mundo, cuatro de ellas en España. Algunas de ellas ya utilizan todo el conjunto de soluciones de software y plataforma que ofrecemos al mercado y han conseguido importantes mejoras, como la fábrica de la ciudad alemana de Amberg, que en los últimos años ha logrado aumentar su productividad por 8.

¿CÓMO SE ESTRUCTURA LA ORGANIZACIÓN DE IT?

IT ha seguido la misma evolución que la de muchas otras grandes empresas. Ha experimentado un proceso de globalización, es decir, hemos pasado de estructuras país, a una estructura global, que ha llevado a que hoy en día tengamos una única organización de IT global con 7.000 personas distribuidas en muchos países.

Tenemos dos ámbitos diferenciados. Uno es el business partners, donde buscamos esa cercanía y alineamiento con todas las áreas de negocio de la compañía, y otro son los Centers of Expertise o centros globales de gestión y provisión de servicios.

Es una organización global, en la que España juega un importante papel en el ámbito de gestión de sistemas SAP, ya que aquí está situado un Centro de Competencia Global desde el que se gestionan dos sistemas ERP, que dan servicio a 10.000 usuarios de 16 países, y uno de Recursos Humanos, que da servicio a más 30.000 usuarios de 8 países.

Siemens, una compañía con 170 años de historia

Desde la creación de Siemens han pasado 170 años, y 120 de ellos ha estado en España. Su nivel de facturación está en 80 mil millones de euros y aproximadamente 350.000 empleados. En España, la firma ingresa 1.350 millones y cuenta con 3.500 trabajadores.

A Siemens le gusta decir que es una empresa "Business to Society". No en vano, diariamente 2.000 millones de personas

en todo el mundo tienen contacto con productos y tecnología de la compañía.

Su portfolio es muy variado, con soluciones para una gran variedad de sectores, Energía, Industria o Sanidad, entre otros. En España ofrece productos y servicios en todas las áreas de actividad de la multinacional, tiene cuatro fábricas y también Centros de I+D globales, entre ellos uno de señalización ferroviaria.

HÁBLENOS DEL ESCENARIO SAP EN SIEMENS.

Nuestro landscape SAP ha ido evolucionando. Hace 15 años cada país tenía entre uno y cuatro sistemas y, tras varias consolidaciones, hemos pasado de 400 sistemas a 50, principalmente ERPs, y algunos de business intelligence y de HR.

Siemens y SAP son compañeros de viaje desde hace muchísimo tiempo. Siemens es uno de los mayores clientes de SAP a nivel de usuarios y, en ocasiones, ha sido campo de pruebas de sus productos antes de ser lanzados al mercado, como ocurrió con el cambio de R/2 a R/3. Al mismo tiempo, SAP nos ayuda a vertebrar todas nuestras actividades.

En definitiva, nos hemos ayudado mutuamente. Incluso, el cambio realizado en IT con la creación de sistemas multi-país ha sido precursor de cambios organizativos de la compañía, que ha evolucionado desde una estructura por países a estructuras de cluster.

¿CUÁLES SON LOS ÚLTIMOS PROYECTOS DE TRANSFORMACIÓN EN LOS QUE HAN TRABAJADO?

El año pasado concluimos la migración, en tan sólo 18 meses, de nuestros 50 sistemas SAP críticos, que dan soporte a 100.000 usuarios, a la plataforma HANA. Fue una iniciativa de gran envergadura, hecho con una estructura de proyecto global, de forma que cada uno de ellos aprendía de los anteriores.

Además, al mismo tiempo que hemos dado este salto tecnológico en el mundo SAP, hemos consolidado nuestras infraestructuras de data center.

Ahora no sólo disponemos de sistemas muy punteros, sino que ha generado ahorros importantes. Con HANA hemos ganado en velocidad y conseguido mejoras de factor 10 en la ejecución de tareas complejas. Creo que somos referentes en proyectos de transformación digital basados en SAP HANA ejecutados en la industria.

¿POR QUÉ OTROS PROYECTOS Y TECNOLOGÍAS ESTÁN APOSTANDO?

Por otro lado, también estamos trabajando en tecnologías como Blockchain, Inteligencia Artificial o impresión 3D para producción. Mención especial merece Mindsphere, plataforma en la nube que estamos lanzando al mercado y que puede convertirse en el sistema operativo principal en el área de Internet de las Cosas.

Finalmente, estamos haciendo mucho hincapié en que la organización cuente con usuarios digitales avanzados, que



nuestros colaboradores manejen muy bien la tecnología y la entiendan, porque la transformación digital va de tecnologías y de personas que entienden cómo las tecnologías les ayudan a ser más eficientes, ágiles y rápidos.

DESDE SU PUNTO DE VISTA, ¿SE ESTÁ PRODUCIENDO UNA EVOLUCIÓN EN EL PAPEL DEL CIO?

La función IT ha experimentado una evolución en los últimos diez años, pasando de un enfoque muy centrado en la ejecución y la operativa, a otro más estratégico y de innovación, que le permite aportar ideas para nuevos modelos de negocio y de servicios digitales. A ello ha contribuido la externalización, con partners que llevan a cabo una serie de tareas muy bien y que nos permiten centrar nuestro esfuerzo y nuestros recursos en áreas que ofrecen un mayor valor añadido.

Creo que se está produciendo esa transición y que cada vez estamos más involucrados en el debate estratégico.

¿QUÉ LE APORTA A SIEMENS FORMAR PARTE DE AUSAPE?

Es un foro estupendo de intercambio de experiencias con colegas de otras empresas, que compartimos retos muy similares en el entorno SAP, muy importante para muchas compañías. Un ejemplo muy reciente es el SII (Suministro Inmediato de Información), tema en el que AUSAPE nos ha ayudado a tomarle la temperatura a la situación y a ser conscientes de que compartimos retos comunes.

JOÃO PAULO DA SILVA, DIRECTOR GENERAL DE SAP ESPAÑA, PORTUGAL E ISRAEL

“Tenemos un excelente equipo, un excelente porfolio de soluciones y una excelente red de clientes”

João Paulo da Silva ha mantenido un encuentro con la revista cuando ésta está a punto de celebrar su décimo aniversario y SAP cumple 30 años en España. Tres décadas que dan para mucho y a los que llega en el mejor momento de su historia en el país. La firma, que crece a un ritmo cuatro veces superior al del sector TIC, encara el futuro con optimismo tras haber más que duplicado su facturación en los últimos 10 años e incrementado su plantilla en un 60 por ciento.

¿QUÉ BALANCE HACE DEL ÚLTIMO EJERCICIO FISCAL EN ESPAÑA?

Aunque no podemos compartir las cifras en detalle, el año ha sido muy positivo y hemos logrado crecer a doble dígito, que es un objetivo que marca siempre la corporación.

Cerramos 2016 con elevados crecimientos tanto en el negocio tradicional como en cloud y, resultado de ello, los tres países sobre los que tengo responsabilidad, España, Portugal e Israel, recibieron el premio a la mejor Business Unit de SAP en EMEA.

Además, ha sido un año en el que hemos conseguido dos cosas, en mi opinión, muy importantes: por una parte, se ha incrementado el Employee Engagement y, por otra parte, el grado de satisfacción de nuestros clientes ha aumentado un 20 por ciento, según el estudio anual que realiza la compañía para medir este aspecto.

En definitiva, la evolución en términos numéricos es muy buena, nuestra plantilla sigue motivada y comprometida, y los clientes también, razones por las cuales creo que gozamos de muy buena salud.

¿CÓMO SE HAN COMPORTADO LAS GRANDES ÁREAS DE CRECIMIENTO?

Hemos progresado de forma positiva en todos los ámbitos. En lo que respecta al negocio tradicional (on-premise), crecemos a un ritmo tres-cuatro veces superior al de la media del mercado, lo que significa que estamos ganando cuota de mercado constantemente, año tras año. Aunque los grandes analistas dicen que el negocio tradicional se mantiene en un crecimiento plano o que crece muy poco, SAP lo sigue haciendo. De hecho, en tres años, prácticamente se han duplicado los resultados procedentes de venta de software y a ello han contribuido los obtenidos el año pasado.

En lo que se refiere a Cloud, el crecimiento ha sido muy importante, cercano a los tres dígitos, y creo que, por la dimensión que ya tiene este negocio, avanzamos en esta área a más velocidad que la mayor parte de la competencia en España.



¿Y CUÁLES SON LOS OBJETIVOS PARA 2017?

No queremos bajar el ritmo porque lo hemos hecho bien hasta ahora, y tenemos un excelente equipo, un excelente porfolio de soluciones y una excelente red de clientes.

En términos de resultados, queremos seguir creciendo a doble dígito, como nos marca la corporación. En 2016 se unieron a nuestra plantilla 100 personas, y este año prevemos que se sumen 75 más. Pese a que no puedo facilitar cifras concretas, estos datos evidencian que progresamos a un buen ritmo.

Además, actualmente hay 10.000 consultores certificados en España y pensamos que no son suficientes para soportar nuestro crecimiento en cloud, SAP HANA o las nuevas soluciones, por lo que pretendemos incorporar, en conjunto con nuestros partners, 1.000 nuevos consultores en el mercado.

Creemos que hay potencial para continuar creciendo, contamos con un porfolio de soluciones muy novedosas e interesantes que los clientes quieren implantar y, además, tenemos que continuar dando soporte al resto de áreas e iniciativas que estamos llevando a cabo.

¿CUÁLES ESTÁN SIENDO LOS PILARES DE SU ESTRATEGIA EN 2017?

SAP asumió el compromiso de poner todo nuestro porfolio en la nube, y hoy cualquiera de nuestros clientes puede consumir nuestro software en modo suscripción. Hoy tenemos la mayor oferta del mercado en esta área con más de 30 soluciones cloud para distintos ámbitos de la empresa, y somos líderes por número de suscriptores con un total de 130 millones. Es una apuesta fuerte y va a seguir creciendo.

Otro pilar dentro de esta área es nuestra Cloud Empresarial. Hay cada vez más clientes que quieren simplificar su entorno SAP y están optando por que sea SAP quien les gestione el hardware, el software, las actualizaciones y el mantenimiento en sus data centers, convirtiendo una instalación tradicional en un modelo de suscripción. El Grupo Meliá fue el primero que eligió este modelo el año pasado en España, pero actualmente contamos con cuatro nuevos clientes en esta área y se firmarán más contratos en los próximos meses.

El tercer eje es SAP S/4HANA, que se engloba en lo que llamamos core digital y que cada vez incorpora nuevos componentes como, por ejemplo, capacidades de inteligencia artificial. Pese a que los clientes pueden dar el paso desde sus actuales sistemas a esta solución hasta 2025, muchos de ellos están ya preparándose para llevar a cabo la migración a esta plataforma, empezando por Suite on HANA para luego pasar a S/4HANA.

LA INVERSIÓN EN TI CRECIÓ EN 2016 Y LAS EXPECTATIVAS SON QUE ÉSTA SEA SUPERIOR EN 2017. ¿CREE QUE PUEDE HABER FACTORES O ACONTECIMIENTOS QUE LA RALENTICEN?

Seguro que los habrá, aunque no sabemos cuáles, porque casi todos los años sucede algo para lo que tenemos que estar preparados. En este sentido, los gestores modernos han aprendido que el cambio es una constante y que la única forma de ser inmune a los problemas es prepararse para este nuevo escenario.

En mi opinión, el entorno político es bastante estable y el mercado va a seguir creciendo, pero la sorpresa puede llegar en cualquier momento, desde cualquier sector. Nosotros nos preparamos para este tipo de situaciones, y nuestros clientes también.

¿CÓMO VE LA EVOLUCIÓN DE LA EMPRESA ESPAÑOLA EN LA ADOPCIÓN DE MODELOS DIGITALES SI LA COMPARAMOS CON OTROS PAÍSES DEL ENTORNO?

Tengo responsabilidad sobre tres países y el ritmo de cada uno es distinto, y esto ocurre también en la Unión Europea. Según sus informes, España está situada en digitalización en el puesto

14 de 28 países analizados, es decir, en la mitad de la tabla. Pese a no estar en las primeras posiciones, las empresas españolas están avanzando y se dan pasos significativos. Por ejemplo, nuestros clientes están trabajando en grandes e interesantes proyectos de innovación en áreas como IoT, Big Data, Sensorización o Customer Experience, que tendrán más visibilidad a lo largo del año.

Lo que ocurre es que la digitalización, en la visión de SAP que es compartida por IDC, implica la transformación del liderazgo, la experiencia del cliente, el uso o la gestión del dato, el modelo operacional y la gestión del talento, y cambiar en todos estos ámbitos al mismo tiempo es muy complicado, por lo que las organizaciones van a ritmos diferentes.

No obstante, soy optimista y creo que España tiene una gran oportunidad para liderar Europa. Su PIB está creciendo más que el del resto de mercados de su alrededor, hay un ciclo económico más animado y, aun-

que estemos por detrás de países como Reino Unido, Francia o los Países Nórdicos, pienso que España puede dar grandes pasos en este ámbito.

¿QUÉ PAPEL JUEGA HOY AUSAPE Y QUÉ OBJETIVOS SE DEBERÍA MARCAR SU EQUIPO DE DIRECCIÓN?

AUSAPE es uno de los Grupos de Usuarios más activos de Europa y tiene un rol importante a la hora de promover el intercambio de experiencias y compartir conocimiento entre los clientes, además de ejercer una forma de presión sobre SAP, que es algo sano.

En cuanto a áreas de mejora, sería interesante -aunque ya se está realizando un trabajo bastante bueno-, promover e incentivar los casos de innovación para mostrar qué pueden aportar las nuevas soluciones a los clientes.

“AUSAPE es uno de los Grupos de Usuarios más activos de Europa y tiene un rol importante a la hora de promover el intercambio de experiencias y compartir conocimiento entre los clientes, además de ejercer una forma de presión sobre SAP, que es algo sano”



Tecnologías para la movilidad empresarial, transformando la relación con el cliente en Frit Ravich

La movilidad empresarial se ha convertido en un activo de gran valor para potenciar la productividad en los negocios facilitando modelos de trabajo más flexibles, así como una relación con los clientes acorde con las nuevas necesidades de omnicanalidad. En este contexto, Frit Ravich ha apostado por mejorar en este aspecto con un objetivo claro: centralizar sus esfuerzos comerciales en el cliente con un cambio hacia la venta consultiva.



A lo largo de los últimos años hemos asistido a la consolidación de la movilidad como una de las principales tendencias en el ámbito empresarial. Está demostrado que la adopción de tecnologías móviles y la implementación de soluciones *cloud* permiten a las compañías gozar de una mayor flexibilidad, impulsar un uso inteligente del tiempo y ofrecer un mejor servicio a sus clientes.

Por todo ello, en un contexto como el actual, en el que la transformación digital se ha posicionado como un elemento imprescindible para garantizar la competitividad, las organizaciones requieren de nuevas estrategias y soluciones de movilidad que les ayuden a impulsar su crecimiento. No obstante, en la implementación exitosa de este tipo de proyectos confluyen dos elementos a tener en cuenta. Por un lado, la necesidad de promover

un cambio de filosofía interna que permita fomentar nuevos roles y modelos de trabajo que aseguren un aprovechamiento del potencial que ofrece la tecnología. Por otro lado, la importancia de colaborar con un *partner* externo que aporte el conocimiento y la experiencia necesarios ya que, como explica Virginia Vera, CIO de Frit Ravich, “es extremadamente complicado que una compañía pueda recorrer por sí sola el largo y dificultoso camino que supone una iniciativa de transformación digital”.

FRIT RAVICH, CASO DE ÉXITO EN MOVILIDAD EMPRESARIAL DENTRO DEL ÁREA COMERCIAL

La experiencia de Frit Ravich supone precisamente un caso paradigmático para ilustrar los retos y beneficios de la movilidad empresarial. Con más de 50 años de experiencia, la compañía destaca por un **modelo de negocio dual** que combina la producción de más de 800 referencias de patatas chips, snacks y frutos secos, con la distribución de productos para más de 3.000 marcas del sector de la alimentación. Frente a un contexto de gran competencia y ante la necesidad de optimizar costes, Frit Ravich decidió confiar en Seidor como *partner* tecnológico para implantar un **proyecto de transformación digital** que permitiera impulsar la venta consultiva.

El principal objetivo de esta iniciativa consistió en dotar a los **más de 420 trabajadores** que integran el área comercial de nuevas **soluciones de movilidad**. Frente a la complejidad que supone una gestión comercial eficaz para una compañía que realiza una media de 280 rutas al día y gestiona más de 47.700 puntos de distribución, la tecnología supone un aliado indispensable.

“Nuestro modelo de negocio nos permite generar una gran cantidad de datos e inteligencia de mercado. Sin embargo, sin unos buenos canales digitales toda esta información se pierde. Es por ello que la tecnología es vital para estructurar la información y ponerla a disposición de nuestro equipo comercial, fomentando una toma de decisiones capaz de generar valor añadido para los clientes”, destaca Vera.



Desde que hace más de una década, Seidor se responsabilizara de la implementación de SAP como software de gestión para Frit Ravich, ambas compañías mantienen una estrecha colaboración. Tras un exhaustivo estudio de las necesidades y canales existentes, se decidió implantar la solución **Seidor Sales, basada en la plataforma de movilidad de SAP**, permitiendo el funcionamiento online y offline y asegurando la integración con los sistemas corporativos de backoffice del ERP de SAP.

“Desde el inicio del proyecto, en Seidor hemos tenido claro el factor crítico y la dificultad de ofrecer a una fuerza de ventas tan amplia la información que necesitan, de forma personalizada y en el momento adecuado. La usabilidad y el rendimiento de la solución han sido algunos de los puntos clave del proyecto y han supuesto un gran reto.

No obstante, tanto Seidor Sales como SAP Mobile Platform, nos han dado la flexibilidad necesaria para conseguirlo”, explica Jordi Llop, Co-Director del Área de Movilidad de Seidor.

El impulso de la movilidad comercial dentro de la compañía se ha visto reflejado en el desarrollo de nuevos recursos como la creación de un catálogo digital, un nuevo mapa de rutas, funcionalidades para la gestión de incidencias, stock y tracking de pedidos, entre otros. Gracias a esta apuesta por la tecnología, el equipo comercial de Frit Ravich ha iniciado una evolución de una venta tradicional de reposición, con un vendedor equipado con un terminal y focalizada en la eficiencia de la entrada de pedidos, hacia la posibilidad de ofrecer un tipo de venta más consultiva, siendo capaces de ofrecer mayor valor añadido a sus clientes y propuestas mucho más personalizadas a través del data.

“Desde el departamento de movilidad de Frit Ravich, este proyecto suponía un punto de inflexión y una revolución con respecto al modelo anterior de gestión. Partíamos de una herramienta de trabajo que nos resultaba útil para la gestión de los pedidos y el día a día del equipo comercial, pero que operaba de una forma muy genérica y recogía la información a través de un único canal. Gracias a la labor realizada por Seidor, contamos con nuevas herramientas digitales que nos permiten un acercamiento a nuestros clientes y potenciales totalmente distinto, en el que prima la generación de un valor compartido”, destaca Jordi Domènech, Àrea Manager de Frit Ravich.

SEIDOR MOBILITY, ESPECIALIZACIÓN EN SOLUCIONES DE MOVILIDAD

Como compañía pionera en el ámbito de la movilidad empresarial, Seidor acumula una amplia experiencia ofreciendo este tipo de soluciones a sus clientes. La oferta en movilidad abarca soluciones propias o a medida basadas en las últimas tecnologías móviles y web, infraestructuras on-premise, SaaS y la integración con las más potentes plataformas PaaS como SAP Cloud Platform y Microsoft Azure.



Miguel Ferreiro
Gerente ERP de Tecnocom



Heineken afronta la transformación digital de la gestión de personas con SAP OpenText Employee File Management

Las direcciones de Sistemas y de Recursos Humanos, han establecido un roadmap de sistemas cuyo objetivo es afrontar la transformación digital de la gestión de personas. En este desafío uno de los elementos más significativos es el llamado expediente del empleado, que va más allá de un repositorio de documentación, ya que consiste en gestionar el ciclo de vida completo de los documentos asociados a los empleados.

El proceso de digitalización del expediente del empleado busca disponer de un documento único, compartido y auditado, con el fin de conseguir una velocidad de acceso y asegurar una confidencialidad que no es posible ni con el documento en papel ni con repositorios digitales deslocalizados.

Hasta ahora HEINEKEN necesitaba emplear una gran inversión de tiempo y recursos en actividades de poco valor, así como la ejecución de procesos redundantes derivados de las múltiples preguntas que un departamento de Recursos Humanos debe responder tales como: consulta de formularios en papel, verificación de caducidades de documento, duplicidad de datos o búsqueda en diferentes ubicaciones físicas.

Una vez analizados todos los puntos de mejora, HEINEKEN se marcó como objetivo “definir e implementar un proceso de gestión documental en RRHH, basado en el establecimiento de políticas, procedimientos y herramientas que le permitieran una gestión adecuada del expediente personal del empleado, garantizando su custodia, trazabilidad, confidencialidad y facilitando y agilizando el acceso a la información”.

Para la ejecución del proyecto HEINEKEN ha confiado en Tecnocom, como socio tecnológico, y en SAP OpenText Employee File Management, como herramienta, con el fin de dotar a la compañía de una solución de gestión documental que pueda integrarse con el portfolio global de soluciones SAP, y que además sea totalmente flexible ante futuros cambios tecnológicos.

SAP OpenText Employee File Management es la herramienta estándar que SAP junto con su partner OpenText han desarrollado de

para a integrar un expediente del empleado digital en SAP HCM. Esta herramienta cubre el proceso completo de archivo, escaneado, control de accesos, seguimiento, anotaciones y eliminación de los documentos. Desde un punto de vista técnico la solución consiste en un add-on, que requiere la instalación en el sistema SAP HCM y un Content Server. Asimismo actúa de repositorio de datos y se comunica con SAP ERP HCM. Adicionalmente Tecnocom ha desarrollado una aplicación ‘ad-hoc’ bajo tecnología SAPUI5 que permite la subida de documentos desde diferentes dispositivos personales del empleado: PC, tablet o móvil. Esta aplicación tiene una clara ventaja: establecer un canal de comunicación directo con el empleado que refuerza la relación de confianza con la compañía y su departamento de RRHH.

Uno de los principales objetivos del proyecto era la mejora del servicio y la reducción de costes. Para su consecución se han implantado una serie de funcionalidades estándar que permiten cubrir todo el ciclo de vida de un documento asociado a un empleado, desde que se captura el documento hasta su borrado.

Captura del documento: desde diferentes orígenes y tecnologías el empleado podrá desde su PC, móvil o tablet -con independencia del sistema operativo que utilice y a través de una aplicación ‘responsive’ desarrollada en SAPUI5- adjuntar cualquier documento tipo autorizado por RRHH a su propio expediente.

Asimismo el departamento de RRHH podrá revisar, aprobar o rechazar la documentación adjuntada por el empleado. Además cabe la posibilidad de adjuntar documentación de los empleados a través de diferentes orígenes: SAP, Microsoft Outlook, bien enviando direc-

tamente un correo electrónico a un buzón genérico o bien de forma masiva a través de programas de carga que recogen los documentos escaneados. A través de estos programas se llevan a cabo las cargas de documentos históricos escaneados.

Almacenamiento y organización: un único repositorio de almacenamiento en el que se han definido dos vistas de tal forma que la organización y visualización de los documentos puede llevarse a cabo desde dos puntos de vista: procesos funcionales de RRHH (bajas, beneficios, desempeño, documentos Seguridad Social, elementos de contrato, seguros de convenio y un largo etc.) o infotipos (medidas, datos personales, asignación organizativa, emolumentos básicos, entre otros). Antes del almacenamiento del documento, éste pasa a través de una funcionalidad conocida como 'document inbox', que permite al departamento llevar un control exhaustivo de la documentación almacenada con independencia del canal origen.

Búsqueda: se ha integrado la búsqueda por atributos del empleado con la 'full-text search' que permite buscar dentro del contenido del documento, con lo cual puede hacerse una búsqueda concreta de contenido del documento restringido a un conjunto de empleados y/o tipos de documento que coincidan con los filtros aplicados en la pantalla de selección correspondiente.

Visualización: el acceso a los documentos puede llevarse a cabo desde el propio maestro del empleado o desde transacciones estándar especialmente diseñadas para ello, que permiten un acceso rápido y visual a cualquiera de las dos estructuras disponibles: funcional de procesos de RRHH o técnica de infotipos.

Procesamiento: dentro del ciclo de vida de un documento, éste suele pasar por diversas revisiones y modificaciones que deben ser monitorizadas y en ciertos casos autorizadas.

Para la revisión de documentos, la solución permite realizar anotaciones y comentarios sobre el propio documento, de modo que cualquier persona que tenga acceso al documento pueda visualizarlas y revisarlas. Asimismo se ha configurado un 'workflow' que permite reenviar un documento para que otra persona pueda revisar hacer comentarios sobre el mismo y remitirlo de nuevo al solicitante.

Borrado: por regla general, el último paso del ciclo de vida puede ser el borrado del documento. No obstante, y dado que es una tarea irreversible, se ha establecido un workflow de autorización, de modo que nunca se elimine un documento sin que haya sido autorizado por el responsable de dicha tarea.

Sin duda, en los departamentos de RRHH se gestiona documentación muy sensible, por lo que la manipulación y almacenamiento de datos del empleado deben estar sujetos a una serie de controles acordes a la legislación existente a tal efecto. Para ello se han implantado una serie de funcionalidades que cubren todos los procesos del ciclo de vida del documento y que permiten auditar y restringir accesos al expediente del empleado. Además estas funcionalidades permiten a HEINEKEN determinar quién puede crear, modificar o acceder a un determinado documento, así como conocer en todo momento quién y cuándo ha llevado a cabo acciones sobre a ese documento, hasta el punto de poder identificar una visualización de un usuario.

La elección de una solución estándar de SAP, ha generado en el desarrollo de un proyecto en el cual los requerimientos del negocio



han estado alineados con la funcionalidad disponible en la herramienta, además de cubrir nuevas necesidades derivadas del uso de la herramienta con posterioridad al arranque. La puesta en producción se llevó a cabo en dos fases: en primer lugar la instalación de la herramienta en el departamento de RRHH para que éste pudiese cargar todos los documentos históricos que la compañía tenía con anterioridad. Posteriormente abrió la herramienta a todos los empleados de la compañía, con el fin de que ellos mismos pudiesen aportar la documentación requerida a través de un canal multidispositivo y directo.

Finalmente cabe destacar que la elección de SAP OpenText Employee File Management por parte de HEINEKEN tiene entre otras ventajas: un acceso al expediente del empleado desde cualquier ubicación, la reducción de los tiempos de acceso, evitar intercambios de documentación en papel, minimizar el riesgo de accesos no autorizados además de una mejora en los niveles de servicios, reducción de los costes operativos y la fidelización de sus empleados.



Edgar Jubillar Vera
SAP Digital Director en everis



an NTT DATA Company

El principio es la mitad del todo

La transformación digital no es fácil. Cualquier cambio profundo necesita tiempo para instalarse en las organizaciones y en cada una de las personas que las forman. El principio siempre es una novedad que nos impulsa con fuerza como un estímulo ante la perspectiva de un mundo sin explorar.

Pitágoras ya decía en el siglo IV antes de cristo que el principio era la mitad de todo y en ésta, nuestra época, de constante cambio y aceleración con nuevas tecnologías como Machine Learning, Internet of Everything, Blockchain o Cloud, donde los procesos de adopción de nuevas tecnologías han pasado de años a semanas, sus palabras toman mayor importancia.

En la transformación digital el principio no es sólo la mitad del todo sino que tiene implicaciones con el fin y con los medios. Tan importante es definir una buena estrategia que incluya a la compañía, a los empleados y a la sociedad, como definir la propuesta de valor y analizar sus consecuencias.

El “momentum empresarial” que vivimos, es bastante singular ya que hasta ahora no habíamos tenido más de cinco tecnologías alcanzando su punto de madurez al mismo tiempo, lo que multiplica el valor de la tecnología de una forma exponencial. Hace cinco años, sensorizar un coche costaba unos 60.000 euros. Hoy puede hacerse por menos de 200 euros. Convivimos con ideas antiguas que gracias a la tecnología, hoy pueden hacerse realidad (la idea del coche autónomo es de la década de los años 30) a una velocidad sin precedentes.

La forma de demandar productos y servicios se ha visto alterada por este momento singular y eso afecta a los modelos de negocio.



Como consumidores hemos cambiado de forma radical el modo de acercarnos a productos y servicios de todo tipo, lo que ha afectado a la forma en la que nos acercamos a los sistemas de nuestras compañías, al experimentar que el modelo empresarial se encuentra totalmente desalineado con lo que percibimos como consumidores y miembros de una sociedad digital.

Muestra de ello, están las soluciones Cloud del porfolio de productos de SAP con un time-to-market muy bajo y basados en plataformas abiertas.

Empezando con el nuevo core digital SAP S/4HANA que representa una de las nuevas soluciones más importantes de SAP en Cloud (también puede instalarse on-premise) con un enfoque completamente diferente en la gestión y extensión de la solución.

Siguiendo con SAP Hybris, una solución que ha revolucionado la estrategia de SAP en el área comercial para canales B2B y B2C y que en el futuro próximo pasará a convertirse en una plataforma comercial no sólo de productos sino también de servicios para canales menos tradicionales como las administraciones públicas.

SuccessFactors es una muestra de una solución que nació digital ya que sólo está disponible en formato Cloud y que ha comenzado a integrar machine learning a los procesos de gestión del talento eliminando los sesgos en el proceso de contratación o adaptando de forma inteligente a los candidatos con los puestos de trabajo disponibles.

Acabando con una de las soluciones más disruptivas de los últimos años por parte de SAP, SAP Cloud Platform. Esta plataforma en la nube, también denominadas Platform-as-a-Service (PaaS), permite desarrollar aplicaciones o extender soluciones existentes de forma rápida y segura. Está compuesta por una gran cantidad de servicios funcionales:

- **Movilidad:** con entornos de desarrollo específicos para Fiori, iOS y SAPUI5 (desarrollando a medida para mejorar la experiencia de usuario), además de herramientas para la creación de aplicaciones móviles offline basadas en Kapsel Management.
- **Integración:** que incluye un gestor de APIs, una solución middleware (SCPI) así como soluciones para la gestión de workflows, Business rules e integración entre bases de datos nativas.
- **Analytics:** con servicios predictivos, análisis textual, análisis espacial y análisis de datos en tiempo real.
- **Machine Learning:** que permite incluir servicios inteligentes como procesamiento de imágenes, lenguaje natural o series temporales.
- **User Experience:** que incluye la solución SAP BUILD para la definición y el diseño de prototipos de forma colaborativa que pueden transformarse automáticamente en código para su desarrollo.
- **Seguridad:** con soluciones muy potentes que evitan definir la seguridad en las aplicaciones y delegarlas a un proveedor de identidades corporativo para incrementar la seguridad y desvincularla de los desarrollos.
- **DevOps:** que incluye un entorno de desarrollo en la web, servicios de Monitoring para aplicaciones Java, traducciones automáticas y conectividad con GitHub para el versionado de aplicaciones.

Como hemos visto, la transformación digital nos invade e incluso nos abruma a una velocidad desconocida hasta ahora. Ante este momento empresarial sólo cabe definir y planificar la estrategia digital de nuestras compañías, ya que dentro de cinco años pensaremos con más fuerza que nunca que el principio es la mitad del todo.



**Bart Parren**

Director Ejecutivo de Hanse Orga International B.V.



El papel de las hojas de cálculo en la tesorería corporativa actual

Los encargados de la tesorería corporativa siguen usando en gran medida Excel en sus operaciones diarias. Los patrones de utilización varían, desde informes ad hoc y tratamiento de datos hasta el suministro de tecnología de soporte primario para algunas o todas las funciones centrales de tesorería. Estos procedimientos están supervisados por asociaciones de tesorería como EACT, la británica ACT, y la estadounidense AFP, y los resultados reflejan siempre niveles altos de uso de hojas de cálculo y, sorprendentemente, elevados grados de dependencia.

Los diversos resultados dependen, cómo no, del volumen y la sofisticación de las tesorerías analizadas, aunque también informan sobre cómo funcionan las tesorerías corporativas. A escala global, se ha visto que las soluciones de hojas de cálculo siguen dominando el sector, a pesar de que la dependencia mayoritaria en las hojas de cálculo genera niveles importantes de exposición a riesgos financieros y operativos.

Los problemas derivados del abuso de las hojas de cálculo se plasman en un análisis de Ventana Research¹. Rob Kugel resume que "(las hojas de cálculo) no se desarrollaron para tareas empresariales colaborativas y repetitivas, y ésta es la causa raíz de la mayoría de problemas que las organizaciones afrontan cuando las emplean en tales procesos empresariales". La solución exige que gestores de proyectos de software desarrollen aplicaciones y sistemas que repliquen fielmente las características flexibles, intuitivas y sencillas que tanto atraen a los usuarios de hojas de cálculo.



Los factores de riesgo asociados a la utilización de hojas de cálculo se concretan en "The Perils of Excel", donde se incluye un ejemplo sorprendente del impacto de un fallo en las hojas de cálculo en un análisis usado globalmente para monitorizar y ajustar

la política de gestión de la deuda de los gobiernos. Los factores responsables se pueden aplicar hoy también, lo que llevará a muchos lectores a preguntarse por qué muchas tesorerías corporativas siguen dependiendo de soluciones que, según se ha demostrado, quedan lejos de ser óptimas. La dependencia total se suele concentrar entre las organizaciones más pequeñas. Sin embargo, muchos procesos de tesorería, como la previsión del flujo de tesorería, suelen estar soportados por

hojas de cálculo, incluso en empresas grandes.

¿Por qué debería ser así? Este artículo brinda un análisis inicial y propone algunos enfoques que se benefician de la tecnología financiera actual y rentable.

¹ "How to get Business users to Switch from Spreadsheets" por Robert Kugel, 26 de febrero de 2015, <https://robertkugel.ventanaresearch.com/tag/excel/>

EL ATRACTIVO DE LAS HOJAS DE CÁLCULO

En un mundo avanzado técnicamente hoy en día, el uso de hojas de cálculo es universal en tesorería. Conocerlas ha generado aceptación en vez de desprecio. Muchas tesorerías se han alegrado al ver cómo crecen las soluciones de hojas de datos de un modo orgánico según evoluciona el departamento; los usuarios se sienten cómodos con los altos niveles de familiaridad y flexibilidad que experimentan, y se muestran ajenos a la demanda de cambio de los auditores y los tecnólogos.



EL RIESGO DE LAS HOJAS DE CÁLCULO

A menudo ocurre que, solo cuando algo falla, emerge la realidad del riesgo subyacente de una manera dolorosa. Las soluciones de hojas de cálculo no suelen estar respaldadas por las pruebas y controles que se aplican rigurosamente a los sistemas de finanzas como ERP y TMS (sistemas de gestión de tesorería). Las soluciones de hojas de cálculo tienden a fallar al enfrentarse con grandes volúmenes de datos, o cuando la lógica de las fórmulas conduce a caminos no explorados aún. Las soluciones de hojas de cálculo no están documentadas normalmente, y cuando los autores originales se van, la tesorería se queda sin guía para dirigir de forma efectiva su principal sistema de soporte. La reparación de errores puede ser compleja, lenta y costosa. Las consecuencias pueden ser peligrosas en áreas claves como gestión de cuentas bancarias, situación de tesorería, gestión de riesgos del mercado y administración de transacciones de cobertura; y pueden provocar pérdidas financieras reales, p. ej. a través del lanzamiento tardío o impreciso de pagos, o por la toma de decisiones de mercado erróneas basadas en un análisis incorrecto de la exposición.

SELECCIÓN DE SISTEMAS DE SUSTITUCIÓN: UNA CUESTIÓN DE ESCALA, ALCANCE Y PRESUPUESTO

No se recomienda abandonar aún las soluciones de hojas de cálculo, pues presentan algunas ventajas, por ejemplo para actividades secundarias de bajo valor y volumen. Cada área debería revisar su grado de uso de hojas de cálculo comparándolo con una estimación conservadora de los riesgos operativos y financieros subyacentes a los que se expone entonces. Si los riesgos son considerables en relación con los beneficios, inversiones e ingresos generales de la organización, se recomienda reemplazar el sistema de hojas de cálculo. No se recomienda sustituir las hojas de cálculo por medidas ad hoc; ahí es donde las soluciones de hojas de cálculo pueden resultar útiles.

Existen razones consistentes para considerar el coste de la sustitución de las hojas de cálculo como el pago de una prima de seguro que elimine algunos riesgos claves de un modo efectivo. El análisis del coste/beneficio debería reflejar la reducción de riesgo lograda al usar una tecnología de tesorería actual, y también la

funcionalidad, transparencia, mejora de procesos y ventajas de la integración que se lograrán con una solución de ERP o TMS especializada.

Las soluciones presentes están diseñadas, desarrolladas, probadas, implementadas y soportadas por equipos de profesionales expertos que han invertido esfuerzos laborales considerables y estructurados. Así resultan muy sólidas y fiables, con recursos dedicados para resolver preguntas y problemas, en claro contraste con la situación incierta en torno a las hojas de cálculo. Las grandes comunidades de usuarios de sistemas establecidos de ERP y TMS conforman un campo de prueba permanente, y son una fuente muy valiosa de ideas para mejorar las funciones y mejorar los procesos.

Las soluciones de ERP aportan la ventaja operativa importante de la plena integración, puesto que todo se gestiona en un sistema. Se eliminan las operaciones propensas a errores y riesgos de importar y exportar datos, junto con los gastos generales de gestión de procesos. Los sistemas de ERP no son populares entre los tesoreros de todo el mundo, que pueden verlos como herramientas orientadas a la contabilidad que quizá no ofrezcan algunas de las opciones vanguardistas de gestión de riesgos útiles para la tesorería.

El enfoque de mejor práctica para quienes apuestan por la tecnología de TMS para tareas específicas implica soluciones que permitan elevados niveles de integración. Tales soluciones minimizan el riesgo operativo y aportan al tesorero una potente función para controlar y gestionar operaciones de tesorería, integrada y en armonía con el sistema de ERP para así asistir a las funciones de previsión y contabilidad.

CONCLUSIÓN

Como señala Rob Kugel, los usuarios necesitan soluciones flexibles, sencillas e intuitivas para huir sin mirar atrás de la traicionera familiaridad de las hojas de cálculo. Los proveedores de ERP y TMS están superando el reto, y ofrecen a los tesoreros alternativas útiles, rentables y con multitud de opciones que aportan elevados niveles de eficiencia, seguridad, control y calidad a la tesorería; y que, por fin, pueden eliminar un peligroso nivel de riesgo.



Rafael Merlo Loranca
SAP Architect & SAP Development Lead en UST Global



Cómo disponer de un servicio de mantenimiento de aplicaciones exitoso

Las organizaciones que buscan cómo mejorar su rendimiento corporativo evolucionan de forma estratégica mediante el refuerzo de la gestión de los servicios de IT, la concentración de competencias, la eficiencia y excelencia operativa, así como la calidad y seguridad de los entornos de IT.

Es en este aspecto donde el outsourcing se ha convertido en una estrategia viable para alcanzar dichos objetivos, ya que permite a las organizaciones centrarse en el core de su negocio y delegar en compañías especializadas las actividades que no son parte central de su negocio y que pueden desviar el foco empresarial.

Ahora bien, ¿qué aspectos son claves y permiten que la externalización de los servicios de IT sean exitosos? Lo cierto es que aquí no hay fórmulas mágicas.

Después de muchos años, todos conocemos casos donde hay compañías en las que dicha externalización, lejos de aportar valor, se convierte en un pesado lastre contractual que no permite a las empresas evolucionar a la velocidad requerida por el negocio.

La diferencia entre un servicio exitoso o no, es la capacidad de las compañías de servicios en adaptar dichos servicios de forma flexible a la realidad de los clientes, teniendo cuenta que no todos se encuentran en el mismo nivel de madurez para adoptar determinados procesos. Es evidente que a mayor madurez, mayor productividad

y eficiencia pero, al mismo tiempo, requieren un mayor esfuerzo por parte del cliente para poder atender a dichas necesidades relativas al proceso.

El éxito del servicio radica en el modelo de servicio y relación que se establezca con el cliente y prima por encima del control y la gestión. Es por ello que más que un servicio de mantenimiento, las compañías exitosas son aquellas que son capaces de establecer



una estrategia de Mantenimiento, que sea flexible, que se adapte a la realidad y madurez de los clientes, y basada en unos pilares básicos de gestión de servicios.

En lo que respecta a los pilares básicos del servicio podemos enumerar los siguientes:

PAGO POR USO

Servicio Gestionado proporcionado por un sólido equipo de AMS de SAP, sin la carga de costes fijos o grandes equipos internos que pueden permanecer subutilizados. Las economías de escala son fundamentales para disponer de un servicio óptimo.

RÁPIDO DESARROLLO

La combinación de un modelo de servicios compartidos, los sistemas de generación de tickets y de gestión del conocimiento basado en la nube, permite un rápido proceso de incorporación de casi todas las organizaciones que cuentan con plataformas SAP comunes.

SOPORTE GLOBAL 24X7 CON CONOCIMIENTO LOCAL

El modelo global que permite el acceso a expertos de todo el mundo, quienes pueden proporcionar fácilmente apoyo y respuestas en cualquier momento y en cualquier lugar, así como garantizar experiencia personalizada a cada uno de los clientes.

MEJORA CONTINUA

Compromiso fundamental con la mejora de la funcionalidad constantemente, apoyándose en un análisis causa raíz continua para eliminar problemas recurrentes.

ACUERDOS DE NIVEL DE SERVICIO DE NEGOCIO

Los ANS deben de ser relativos al rendimiento del negocio más allá de los complejos indicadores orientados al software. La prioridad es incrementar el rendimiento empresarial.

Desde UST Global, acompañamos a nuestros clientes en la evolución de sus aplicaciones, diseñando contratos que se adaptan a su volumen de trabajo, mejorando la calidad de servicio, poniendo a su disposición un equipo multidisciplinar en las áreas de Consultoría funcional, Desarrollo y Gestión de Infraestructuras SAP

Desde nuestro Centro de Mantenimiento damos respuesta a las necesidades que se generan en el mercado, pudiendo atender tanto a clientes con una complejidad media o baja, como a los más exigentes, en base a tres criterios fundamentales:

- la mejora continua del servicio.
- la creación de valor.
- la entrega de productos y servicios conforme a Acuerdos de Nivel de Servicio.

Es por ello y basándonos en los aspectos comentados anteriormente que los servicios de soporte AMS para aplicaciones SAP de UST GLOBAL aportan un enfoque ágil para no solo cubrir los requerimientos de día a día, sino también para las mejoras continuas que demandan las organizaciones.





Helmar Rodriguez Messmer
Design Thinker



Ignacio González García
Ingeniero de Caminos y Doctor en Psicología

En esta ocasión tan especial se cumple un hecho alegre. Diez años han pasado, tan de repente, desde que por primera vez se lanzó esta revista que en este momento tenéis en vuestras manos o ante vuestra pantalla... y como homenaje queremos pensar con vosotros en los Acontecimientos, en el paso del tiempo y en la ocasión. El acontecer y nuestro profundo agradecimiento a quienes han hecho y hacen posible mes tras mes su publicación, nos llaman otra vez a la alegría, a la memoria y al pensamiento...

Ignacio y Helmar

A propósito del tiempo

*¡Traté de dejarte atrás, pero soy más fiel de lo que pensaba ser!
Tiendo la mano hacia un cigarrillo, cruzo la calle, entro corriendo en un cine o un bar.
Pido una copa, hablo con el desconocido más próximo
¡cualquier cosa capaz de apagar tus velas!
¡porque hoy el mundo está iluminado por el relámpago!*

El Zoo de Cristal, Tennessee Williams

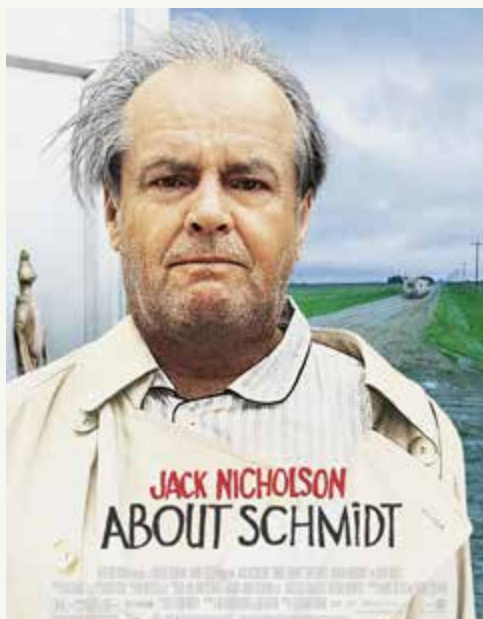
El incesante rugir de la calle y de los coches se detiene bruscamente en las manillas de un reloj fijado en lo alto de una pared de un frío despacho y cuyo segundero avanza cierta e impecablemente hacia las 17 horas. En contrapicado, una mirada fija y acechante, la de Warren, quien ansía segundo a segundo la llegada de la hora de salida. La última salida.

Una mirada que no quiere más que atravesar esa frontera que imagina liberadora, y que quiere desembocar lejos, en otro lugar, en un nuevo comienzo.

Cronos responde rotundamente y, como siempre, se hace la hora, y la ansiedad y esperanza densamente comprimidas en esa mirada impertérritamente contenida no estallan en júbilo sino en (más) vacío, donde ese galopante futuro atisbado no es tan de color sino más bien gris, desconchado y cotidiano como el presente más radical.

A PROPÓSITO DE SCHMIDT

A sus 66 años Warren Schmidt se jubila, un momento crítico de transición, de forzado reajuste y gran desorientación. Un momento en el que la vida se para de repente, y muestra, desnuda, el



delirio habitado en la compulsión de un quehacer diario siendo directivo de una empresa de seguros, Woodmen of the World-Hombres de Madera del Mundo-, cuyo corporativismo va devorando a sus profesionales quienes encuentran sus señas de identidad –y, por tanto, su sentido- en los rangos de los cargos que ejercen.

El repentino fallecimiento de la esposa de Schmidt algunas semanas más tarde agrava su desorientación. En paralelo comienza a mantener una correspondencia epistolar con Ngudu, un niño de Tanzania al que tiene apadrinado por veintidós dólares al mes y a quien va haciendo su confidente. Cierta día, Warren pone rumbo a Nebraska, donde vive Jeannie, su única hija, que está a punto de casarse. Navegando entre un bajo aprecio hacia su futuro yerno y una vida

que cada vez le resulta más amarga, el anciano intenta encontrar su lugar.

¿QUIÉN ES SCHMIDT?

“Bajé por última vez esos peldaños de la escalera de emergencia y seguí, desde entonces, los pasos de mi padre, tratando de hallar

en el movimiento lo perdido en el espacio...” así, a modo de Tom en el Zoo de Cristal, Schmidt gira en torno a una existencia cuya piel le incomoda profundamente.

Entre los significantes de su nombre, Warren (worry-preocupación) y su apellido Schmidt (Smith- “Pérez”) trata, en el movimiento continuo y compulsivo, de habitar otra realidad; una vida extraordinaria proyectada antaño en su juventud cuando, todavía, todo era posible.

Y es precisamente el apellido, esto es, aquello que señala la pertenencia, lo que, a modo de metáfora, muestra genialmente el atrapamiento existencial del personaje. Warren se apellida Schmidt, no Smith, como cabría esperar de un relato americano, es decir, su equivalente en alemán, en esa tentativa de convertir lo ordinario (Smith, Pérez - todos iguales) en extraordinario. Pero, evidentemente, en vano y, nuevamente, cae en el mismo espacio de trivialidad y vacío cotidiano de cuya esencia quiere escapar.

Con los años de profesión corporativa Schmidt mimetiza su identidad, Woodman of the Word, convirtiéndose en un personaje de madera, alguien con un lenguaje restringido, sin profundidad, con dificultad de expresión de sentimientos y un cuerpo que le acompaña en ese movimiento restrictivo, robótico...un cuerpo - y por tanto, una vida contenida que, como espectadores intuimos, se fue marchitando poco a poco. Su movimiento es en esa desbocada búsqueda, un movimiento hacia atrás, hacia su pasado, en un intento de “ver” lo que ya no está, pero que estuvo, en un intento desesperado de recuperar aquellas sensaciones “de antes”, en un intento loco de recuperar sus pasos perdidos...

Para Schmidt la vida se constituye en base a fórmulas, de ecuaciones, de pólizas de seguros que calculan esperanzas de vida, de ecuaciones aprendidas... de ecuaciones cuya senda siguió a lo largo de su vida. Y es precisamente allí, el centro de la ecuación, entre su preocupación constante (Warren) y su engaño (Schmidt), entre cadenas de significantes y significados, donde firma su extravío. Porque ninguna fórmula contiene la sabiduría orgánica del cuerpo que sabe adaptar el cuerpo al movimiento imprevisible de las camas de agua.

TIEMPOS DE DIOSES

Warren se encuentra ante los tres dioses del tiempo, Aion, Cronos, Kairós, como todos los humanos, como los creadores, como tú y como yo. La mitología griega les dio nombre y forma. Aion, representado por un anciano, el dios impasible de la eternidad. Cronos, dios de segunda generación, un dios 2.0 que en memorable acción castró a su padre y que, como Goya representó, vive ansioso, impotente, devorando a sus hijos, para poder (sobre)vivir él. Es el tiempo de la fugacidad, de la temporalidad, de todo lo que desaparece para dejar paso a lo nuevo. Es el tiempo que se agarra y que devora para no ser devorado. Y, finalmente, Kairós, un dios menor, hijo de la diosa Fortuna y nieto de Cronos, un dios 3.0, representado por un niño con un mechón en la frente y calvo

en la nuca. El dios que representa la ocasión, que pasa volando y por tanto debe cogerse de frente porque, una vez pasado, es imposible agarrarlo; “la ocasión la pintan calva”.

REINOS DEL TIEMPO

Vivimos, como Warren, en los dominios del reino de Cronos, bajo la hoz del segundero, sometidos al número, a las fórmulas que expresan lo que va a suceder.

Los estoicos, como Crisipo o Marco Aurelio, pensaron en el tiempo con más profundidad que nosotros, pues eran antiguos, pero no tontos. Parménides explicaba la dificultad de la creación, la dificultad de pensar la aparición de lo nuevo. Las cosas existen o no existen, están quietas o se están moviendo, se saben o no se saben. ¿Puede existir un instante en que las cosas se estén quietas y moviendo o hayan a la vez sido creadas y todavía no, por sutil que sea ese instante?

Así estos filósofos definieron el Acontecimiento, que no se sitúa en el tiempo de Cronos, que se identifica por el movimiento, sino en el reino de Aión, reino de la eternidad. La creación se realiza en el Acontecimiento. A las cinco de la tarde del día de la jubilación de Warren se produce el Acontecimiento. No estaba jubilado y ahora lo está. Y Cronos le sigue devorando. Tomó noticia de la antigua infidelidad de su mujer. Antes no lo sabía, después sí. Otro Acontecimiento en el reino de Aión.

Decide escribir al niño de Tanzania, intenta reencontrar a su hija y en esa búsqueda, el reino de Cronos, que no es el de la creación, que no es el de lo nuevo; de nuevo la vida le devora en su caravana, en los encuentros con su yerno, en los recuerdos. Cronos le sigue devorando como le devoró en su despacho.

Entonces, por primera vez en su vida reconoce a Kairós, el dios del tiempo oportuno, el de la ocasión, el dios del tiempo amable que no está cargado de

citas. El dios de un tiempo sin fardos.

Es el tiempo que marca el ritmo de la Naturaleza, de los atardeceres y los amaneceres, es tiempo de llorar al leer la carta de agradecimiento con un dibujito de Ngudu, es el tiempo de aceptar al yerno que no se deseaba, es el tiempo de perdonar. No es ya el tiempo de los dioses creadores, ni de los titanes, sino el tiempo de la vida.

La Biblia enseñó que hay un tiempo para todo, para nacer y para morir, para matar y para sanar, para destruir y para construir. Todas las opciones están descritas con verbos. Son Acontecimientos, como crear o mejorar o vender o querer o perdonar. Ahorás del Aion, parteras del Acontecimiento, que se desvanecen.

Marco Aurelio, el buen emperador, el estoico, el filósofo, fue el creador de uno de los libros más sabios que se han escrito. Las Meditaciones. Allí dice “Caso de que no aproveches esta ocasión, pasará y tú también pasarás, y ya no habrá otra”.

Las ocasiones de crear, la del júbilo, la de ayudar, la de recordar, la de perdonar... pasan.

Como ésas, no habrá otras.





Ana Marzo Portera
Marzo & Abogados

Marzo & Abogados
DERECHO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Celebramos 10 años con la revista

Estamos de cumpleaños en AUSAPE y hay que celebrarlo. La revista cumple 10 años y 50 números en el mercado. Cada publicación ha sido un trabajo de colaboración, elaborado con inquietud y esfuerzo para salir puntualmente, con las noticias de mayor actualidad e interés para los asociados, respondiendo en unas ocasiones a sus demandas y en otras, a las del mercado, pero siempre, con los mejores estándares de calidad.

Una revista hecha por el consejo editorial, la dirección, los colaboradores, gráficos, publicistas, anunciantes, redactores, editores e impresores y lo más importante, por nuestros lectores, a los que agradecemos su lectura, su interés, sus sugerencias, sus comentarios, su colaboración y su participación.

En Marzo Asociados colaboramos con la revista desde sus inicios, tratando de trasladar al asociado desde el "Rincón Legal", las últimas tendencias doctrinales, las novedades legislativas, el comentario a las sentencias más polémicas o las aclaraciones e interpretaciones de las leyes más complejas, velando siempre lógicamente porque se traten temas tecnológicos de verdadero interés para el asociado.

Así, hemos recorrido durante estos diez años un largo camino centrado prioritariamente en aquellas leyes y criterios que han hecho posible la transformación digital, en las empresas, en la vida social y en la vida personal, de la sociedad que tenemos hoy en día, en un mundo globalizado y sin fronteras digitales.

Así, podemos decir que la propiedad intelectual, la protección de datos y la seguridad han sido cuestiones transversales que nos han acompañado en muchas revistas a lo largo de cada año, al igual que son cuestiones que las empresas han tenido que regular y reforzar en sus procesos, de manera obligada y bajo la presión amenazante de la sanción administrativa (en la mayor parte de las ocasiones) que nuestro Derecho ha establecido como pauta de regulación.

Volviendo la vista atrás, quizás el hito más novedoso en el primer año de vida de la revista fue, con diferencia, la aprobación del que está a punto de quedar extinto en unos meses, reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal, el Real Decreto 1720/2007 de 21 de diciembre, coloquialmente llamado RDLOPD, que trajo luz a la descripción de las medidas de seguridad que las organizaciones debían cumplir

para poder tratar datos personales y que advirtió a los fabricantes de productos de software que *"los productos de software destinados al tratamiento automatizado de datos personales deberían incluir en su descripción técnica el nivel de seguridad, básico, medio o alto, que permiten alcanzar en materia de seguridad"*.

Desde el Rincón Legal también seguimos con interés casos como el de "Megaupload" que, tras allanar el cambio de la compartición y distribución de archivos protegidos por los derechos de autor entre los usuarios particulares (redes P2P y eMule) al almacenamiento de los archivos en la nube y, con ello, descarga de contenidos en cualquier momento, a cualquier hora y con mejor velocidad, impulsaron la implacable lucha de las autoridades por la piratería en Internet con la aprobación de las polémicas leyes antipiratería.

También nos enfrentamos a la vigilancia empresarial de las comunicaciones electrónicas de los empleados (uso del correo electrónico y acceso a Internet), analizando el vacío legal existente sobre esta cuestión en el ámbito laboral, y las afortunadas resoluciones de nuestros Juzgados y Tribunales, afrontado en numerosas ocasiones situaciones denunciadas por empresarios y trabajadores, hasta aclarar las condiciones de viabilidad de este control, su ámbito y alcance, así como obligaciones de cada parte.

En el sector público hemos analizado la aplicación de las normas de administración electrónica desde el año 2007, con la creación de los registros electrónicos, registros de apoderamiento, el intercambio electrónico de datos o la seguridad bajo el amparo del Esquema Nacional de Seguridad.

Hemos acompañado a la transformación de las prácticas publicitarias, desde las tradicionales fórmulas de marketing electrónico por email, al uso y explotación de información comportamental, la publicidad programática mediante el uso de cookies y la toma de decisiones con un "clic", intentando explicar el razonable control y



transparencia que las leyes requieren para los usuarios, frente a las irrazonables fórmulas exigidas por los legisladores mediante el uso de consentimientos expresos difíciles de obtener.

En el año 2013, con la Ley de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno, se trató de dar luz a la opacidad de la información pública, siguiendo en alguna medida los referentes de buen gobierno ya establecidos y consolidados en el sector privado, con un triple alcance de (i) incrementar y reforzar la transparencia en la actividad pública a través de obligaciones de “publicidad activa”; (ii) reconocer y garantizar el acceso a la información como un derecho de los ciudadanos y (iii) establecer las obligaciones de buen gobierno que deben cumplir los responsables públicos, así como las consecuencias jurídicas derivadas de su incumplimiento.

Algunas voces aún mantienen el carácter insuficiente del texto legal pero, poco a poco, la sociedad civil y acciones de participación ciudadana van dando forma a las obligaciones de la Administración.

También hemos centrado nuestra atención en los requerimientos legales del uso de software social en el ámbito de la empresa, el análisis de controvertidas sentencias, como el caso UsedSoft GmbH Oracle sobre la comercialización de programas de ordenador “de segunda mano” y reventa de licencias de uso de Oracle, el impulso de la factura electrónica y creación del registro contable de facturas en el Sector Público, el *internet de las cosas* y su impacto en la vida cotidiana de los ciudadanos, o las implicaciones jurídicas de la seguridad privada en el uso de la videovigilancia al amparo de la ley de seguridad privada, aprobada en el año 2014.

En un mundo global digitalizado no podía faltar los comentarios a la “Directiva Nis” o Directiva (UE) 2016/1148 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 6 de julio de 2016, relativa a las medidas destinadas a garantizar un elevado nivel común de seguridad de las redes y sistemas de información en la Unión, cuyo fin no es otro que

lograr un elevado “nivel común de seguridad de las redes y sistemas de información” dentro de la Unión Europea, en un momento en que tanto el mercado digital como la Administración Electrónica, están plenamente consolidados y, como recientemente hemos podido comprobar, no exento de riesgos, ataques y vulnerabilidades.

Con la reforma del Código Penal que entró en vigor el pasado mes de julio 2016 y la aplicación de los programas de *compliance* del artículo 31 bis, quedó clara la intención del legislador de cambiar los modelos de aplicación de las leyes, bajo normas y parámetros reglados, por otras metodologías de análisis y gestión de riesgos, algo a lo que los juristas no estábamos acostumbrados.

Y este nuevo paradigma en la forma de aplicar el Derecho, ha sido el modelo a seguir por el Legislador en el Reglamento General de Protección de Datos de la Unión Europea (RGPD), que entró en vigor el pasado mes de mayo de 2016 y será plenamente aplicable a partir de mayo de 2018, y que ha introducido en la normativa sobre protección de datos de carácter personal la necesidad de dar cumplimiento a las obligaciones legales utilizando metodologías y herramientas de análisis y gestión de riesgos, pero no sólo en relación con los aspectos de seguridad sino, también y fundamentalmente, en relación con los aspectos organizativos y estrictamente jurídicos.

Con la protección de datos empezamos nuestra andadura en el Rincón Legal de la Revista Ausape, y con la protección de datos finalizamos este artículo.

Desde el Rincón Legal nos queda mucho camino por recorrer y seguiremos trabajando intensamente con la revista por la divulgación de conocimientos legales a los asociados de AUSAPE y lectores de la publicación.

Felicidades a la Revista AUSAPE y a todas las personas que, con su compromiso, esfuerzo y tiempo, han hecho posible este cumpleaños.



Primer premio

Innovación, en la práctica

El 'leit-motiv' de Fórum AUSAPE 2017 puso a prueba la capacidad creativa de los asistentes que, por equipos liderados por partners, pudieron participar en un Taller de Innovación, que se celebró por primera vez en el marco del evento. Los premios se entregaron en la clausura.

El taller se basó en el concepto de 'Chindogu', arte japonés de inventar aparatos que son aparentemente útiles, pero demasiado absurdos para utilizarlos realmente. Los 'chindogus' son utilizados por algunas universidades, como la de Pittsburg, porque son excelentes para trazar objetivos creativos en estudiantes de las más diversas disciplinas, puesto que invitan a crear con un cometido que lleva al límite imaginario a los estudiantes.

Sentadas las bases, los 15 equipos participantes tuvieron que abrir la caja con las instrucciones y diferentes materiales, para posteriormente seleccionar una cultura, que tiene un reto que resolver, y pensar en una idea que les ayude a resolverlo. La prueba consistía en construir un objeto-prototipo que solucione el reto.

La segunda fase del taller consistió en la grabación de un vídeo de no más de 1 minuto, explicando el reto, la solución y el invento por parte del equipo. Después, un jurado, liderado por Pep Torres, valoró la originalidad de la idea y su presentación. Y he aquí los resultados.

El primer premio fue para el equipo liderado por Birchman, titulado "La sonrisa Amish". Este colectivo sonríe poco, así que idearon un matasuegras con un mecanismo accionable con un globo

a la entrada de la casa, pensado para ser utilizado en cualquier situación y, al apretar el globo, provocar una sonrisa.

Un invento sencillo, económico, que no necesita electricidad y que promueve sonrisas, lo que ayuda a la convivencia familiar. Según Pep Torres, resultó ganador por la originalidad del reto.

El segundo fue entregado al equipo de Edicom con su Centro Molón de Integración para niños que viven en favelas. Dada la carestía de recursos, se trataba de unas instalaciones totalmente sostenibles que utilizaban energía solar, eólica y agua de la lluvia, equipado con piscina, tirolinas, columpios o comedor social en el que cocinaban las madres y, además, era móvil.

Fue premiado por la excelente maqueta que presentaron los concursantes.

El tercero lo recibió el equipo comandado por Enzyme Advising Group, con una lavadora-secadora automática, equipada con la última tecnología de sostenibilidad y estaba pensada para aquellos que se quedaron en culturas de la época de la revolución industrial.

Aquí el jurado valoró la ejecución del vídeo, realizado con la banda sonora de "Misión imposible" y una excelente locución e imagen. "La presentación ha sido impecable", dijo Pep Torres.



Segundo premio



Tercer premio



HANSE ORGA GROUP
FINANCE PROCESS AUTOMATION



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

¡Bátese en la oferta exclusiva de Hanse Orga Group, el principal proveedor a nivel mundial de soluciones SAP Financieras y de Tesorería!

TREASURY

CASH MANAGEMENT

CASH POOLING

LIQUIDITY PLANNING

CASH FLOW FORECASTING

IN-HOUSE BANKING

NETTING

CREDIT MANAGEMENT

COLLECTIONS

CASH APPLICATION

DISPUTES & DEDUCTIONS

PAYMENT FACTORY

BANK ACCOUNT MANAGEMENT

BANK FEE ANALYSIS

WORKING CAPITAL MANAGEMENT

BUSINESS INTELLIGENCE REPORTING



¡Benefíciense – como nuestros más de 2.000 clientes en todo el mundo – de nuestras soluciones!

¡Contáctenos hoy mismo!

+34 810 522 502

www.hanseorga-group.com/es



DigitalPulse

La transformación
comienza aquí

Toma el pulso digital a tu negocio
y a tu organización.

Diseña y ejecuta tu estrategia digital
centrada en las personas.

Elas son el cambio.

—

Nosotros te impulsamos

seidordigital.com