

# AUSAPE

Nº 57. Octubre 2018

## AUSAPE celebra su Sesión Magistral para directivos en Barcelona:

“Negocios en la Era Digital”

TAMBIÉN EN ESTE NÚMERO

**Delegación de Canarias,** inicia los **SAP Delegation Days**, con sesión especial **IGIC**

Entrevistamos a Joan Torres, coordinador del nuevo grupo de **Licenciamiento**

M<sup>a</sup> José Cansado, perspectivas para la nueva **Delegación de Aragón**

# SAP® Global services partner

Líderes en transformación e innovación digital:  
SAP S/4HANA, SAP SuccessFactors,  
SAP C/4HANA, SAP Cloud Platform y Leonardo

Más de 2.600 profesionales especializados en  
todos los procesos de negocio

Modelo de entrega global, red de centros  
de producción y centros de desarrollo SAP  
en Asia, América y Europa



**indra**  
minsait



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

### Consejo Editorial

José Ignacio Santillana  
David Arrizabalaga  
Sara Antuñano  
Sergio Gistàs  
Bernard Gutiérrez  
Rafael Porrino  
Mario Rodríguez

### Revista AUSAPE

#### Dirección:

Junta Directiva AUSAPE

#### Colaboradores:

Roberto Calvo  
Mercedes Aparicio  
Beatriz García  
Giovanna Marmo  
Jesús Álvarez

#### Dirección de Arte

Tasman Graphics

#### Publicidad

gestor@ausape.es

#### Redacción

comunicacion@ausape.es

#### Depósito Legal:

M-10955-2007

#### Edita

AUSAPE

#### Impresión

Advantia

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

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.



**Bernard Gutiérrez**

Vocal de comunicación de AUSAPE en representación de Freixenet

# Intensa actividad para el último periodo del año

Estimado Asociado,

Finalizó el verano, tiempo en el que muchos de nosotros hemos disfrutado de unos días de descanso. Ahora, afrontamos los últimos meses de ejercicio, en los que toca cerrar las iniciativas planificadas para el año. Serán meses de mucho trabajo para los equipos de tecnología, y también para AUSAPE.

Esta revista es un buen ejemplo de todas las iniciativas que estamos llevando a cabo. Incluimos en el interior un amplio reportaje sobre la última de las Sesiones Magistrales que hemos celebrado. Hemos reunido en Barcelona a 60 directivos de empresas en torno al tema "Negocios en la Era Digital", título de la ponencia de Aleix Valls, fundador y CEO de Liquid Co. La jornada se ha completado con una mesa redonda en la que se ha debatido sobre el tema.

Informaros, además, que acaba de iniciar actividad la Delegación de AUSAPE en Aragón, que coordina María José Cansado, Head of Global Support & Development Center EU/IME en Schindler, y tenemos un nuevo Grupo

de Trabajo, el de Licenciamiento, que lidera Joan Torres, CIO en GM Food Ibérica. Hemos entrevistado a ambos para que nos hablen de sus planes en estos dos nuevos puntos de encuentro para nuestros asociados.

En estos meses, también, proseguirán las visitas al Centro de Soporte SAP de Madrid, y se están celebrando los SAP Days en todas las delegaciones. Con esta iniciativa queremos que nuestras empresas asociadas, con instalaciones fuera de Madrid y Barcelona, tengan una visión lo más amplia posible de las soluciones SAP y que puedan estar en contacto con el personal de la compañía. Incluimos en este número, además, un artículo sobre la sesión de IGIC celebrada en Canarias.

En la revista encontraréis información sobre todo ello y otras iniciativas que se están abordando, y todas las novedades que se han producido en los últimos meses, junto con entrevistas, artículos en profundidad y reportajes. Esperamos, sinceramente, que os podamos deleitar con la misma.



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

### IGNACIO GONZÁLEZ GARCÍA

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

### ANA MARZO

Licenciada en Derecho con formación 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](http://www.equipomarzo.com)



<b>DESTACAMOS A ...</b>	<b>03</b>
<b>NOTICIAS</b>	<b>04</b>
<b>SESIÓN MAGISTRAL</b>	<b>08</b>
AUSAPE reúne a 60 directivos en la Sesión Magistral celebrada en el Supercomputing Center de Barcelona	
<b>GRUPOS A FONDO</b>	<b>12</b>
Los Grupos de Trabajo y las Delegaciones retoman su actividad	
Joan Torres, CIO de GM Food Ibérica y Coordinador del Grupo de Trabajo de Licenciamiento y Audits	
María José Cansado, responsable del Centro de Desarrollo y Soporte de Schindler para Europa, India y Oriente Medio y Delegada de AUSAPE en Aragón	
<b>AUSAPE: NUEVOS ASOCIADOS</b>	<b>18</b>
<b>NUESTROS CIOS OPINAN</b>	<b>20</b>
Jesús María Cabet, CIO de Abengoa	
<b>CASO DE ÉXITO</b>	<b>24</b>
GM Food Ibérica optimiza sus procesos de cadena de suministro gracias a la gestión unificada de artículos y sus variantes	
Upgrade de SAP ECC a S/4 HANA Simple Finance y Simple Logistics	
Grupo Pacha afronta el reto de la “Empresa Inteligente” con SAP S/4HANA Cloud	
<b>EN PROFUNDIDAD</b>	<b>30</b>
El auge del “gemelo digital” gracias al IoT en la Industria 4.0	
Conocer a nuestros clientes no es sólo cuestión de datos	
El Internet de las Cosas, hacia una empresa conectada	
Un nuevo paradigma para una nueva era	
Business ByDesign: La alternativa eficaz para la empresa subsidiaria	
Gestiona tu nómina con SuccessFactors Employee Central Payroll	
Cómo impulsar tu negocio con IoT y la nube	
La Revolución del Consumidor. ¿Dónde está su compañía?	
Descubre las ventajas de migrar tu negocio a la nube	
Inteligencia Artificial en modelos digitales	
SAP Leonardo BlockChain, la transformación de las transacciones digitales	
<b>EL VIRUS DE LA MENTE</b>	<b>52</b>
Sully	
<b>RINCÓN LEGAL</b>	<b>54</b>
Tengo una página en Facebook: ¿soy responsable del tratamiento?	
<b>LA TRASTIENDA</b>	<b>58</b>
Andrés Barreda, CIO de Encuentro Moda	
<b>FIRMA INVITADA</b>	<b>60</b>
Aleix Valls, CEO y Co-fundador Liquid by Exit Co.	



**SESIÓN MAGISTRAL (pág. 08).** AUSAPE reúne a 60 directivos en la Sesión Magistral celebrada en el Supercomputing Center de Barcelona



**NUESTROS CIOS OPINAN (pág. 20)**  
Jesús María Cabet, CIO de Abengoa



**GRUPOS A FONDO (pág. 14)**  
Joan Torres, CIO de GM Food Ibérica y Coordinador del Grupo de Trabajo de Licenciamiento y Audits



**GRUPOS A FONDO (pág. 16)**  
María José Cansado, responsable del Centro de Desarrollo y Soporte de Schindler para Europa, India y Oriente Medio y Delegada de AUSAPE en Aragón



**LA TRASTIENDA (pág. 58)**  
Andrés Barreda, CIO de Encuentro Moda



**FIRMA INVITADA (pág. 60)**  
Aleix Valls, CEO y Co-fundador Liquid by Exit Co.

# Grupo Cofares hace accesible a los smartphones sus procesos de pago

Con el objetivo de agilizar los procesos de pago a través de los dispositivos móviles, Grupo Cofares, cooperativa de distribución farmacéutica líder de mercado en su sector, ha implantado una innovadora plataforma tecnológica que permite la aprobación de forma controlada y segura de las órdenes bancarias mediante procedimientos de validación electrónica.

La plataforma se apoya en la solución SAP BCM (Bank Communication Management) sobre la que se ha desarrollado, en colaboración con la consultora Stratesys, una app propia sustentada en la plataforma tecnológica SAP. Esta aplicación permite una comunicación bidireccional con las entidades financieras, tanto nacionales como internacionales; facilita la homogeneización de los formatos y canaliza cualquier tipo de fichero de pago o cobro SEPA, formatos MT o cualquier medio electrónico de pago.

Este proyecto supone un importante avance en el proceso de transformación digital de Grupo Cofares, que en la actualidad está formado por 10.646 socios farmacéuticos como socios cooperadores, además de otras 4.200 farmacias que operan como clientes y que alcanzó en 2017 una facturación de 3.100 millones de euros.

Para Grupo Cofares “esta iniciativa se enmarca dentro de su compromiso con la innovación y la implementación de las últimas tecnologías para garantizar un servicio de calidad y acorde a las demandas del mercado. El resultado obtenido satisface con creces las expectativas, dotando de mayor seguridad las transac-



ciones económicas, mejorando e incrementado la accesibilidad y disponibilidad de los ejecutivos, y reduciendo los plazos en la tramitación de remesas”.

Luis Ortega Muntané, socio-director de Stratesys ha destacado que “la ejecución de este proyecto y los buenos resultados obtenidos suponen un importante hito dentro del sector farmacéutico, dado el importante volumen de transacciones que se realizan diariamente en el día a día de la compañía y la diversidad de las mismas”.

## AUSAPE consolida su imagen de marca en las redes sociales

En un mundo tan digitalizado e inmediato como el actual, las redes sociales son las mejores herramientas de las que dispone una empresa para hacerse notar y conectar con su público.

La comunidad de usuarios creada por AUSAPE se mueve entre continuas actualizaciones y novedades, por lo que es clave estar al día de todo para poder desenvolverse. Esta es la labor en la que estamos trabajando más a fondo, ofrecer información actualizada al instante, acercar nuestras reuniones y eventos para que alcancen a más gente y se puedan beneficiar de todos nuestros servicios.



**LinkedIn:** [www.linkedin.com/company/ausape/](http://www.linkedin.com/company/ausape/)

Actualizamos diariamente con noticias del mundo SAP, eventos, reuniones e información de gran interés.



**Instagram:** [www.instagram.com/ausape\\_oficial/](http://www.instagram.com/ausape_oficial/)

Aquí te enseñaremos la cara más humana de AUSAPE, nuestros valores, nuestro propósito, fotografías de nuestros eventos y nuestro proceso de trabajo.



**Twitter:** [@AUSAPE](https://twitter.com/AUSAPE)

Estamos en continua relación con todos los usuarios con los que compartimos intereses. Además puedes seguir una retransmisión de nuestros eventos.



**YouTube:** [www.youtube.com/c/AUSAPEVideos](http://www.youtube.com/c/AUSAPEVideos)

En nuestro canal encontrarás vídeos de nuestros eventos, como el Fórum y las Sesiones Magistrales. Éstos tienen un gran valor, ya que AUSAPE siempre cuenta con ponentes de excepción. ¡No te los puedes perder!



**Flickr:** [www.flickr.com/photos/ausape/](http://www.flickr.com/photos/ausape/)

Esta plataforma nos ofrece tener organizadas por galerías las fotos de todos nuestros eventos, para que los asistentes y partners puedan disponer de ellas con gran facilidad.

Te animamos a que nos sigas en todas ellas para estar totalmente actualizado y que podamos ofrecerte un mejor servicio.

# WANT TO GET YOUR ERP READY FOR A REVOLUTION?

*SAP HANA y SAP S/4 HANA están abriendo paso a una nueva generación de tecnologías que brindan un rendimiento exponencial y unas increíbles capacidades de transformación de su negocio.*

*Como **Partner especializado en soluciones SAP** para los sectores de automoción, industria, distribución y servicios, ASPA ayuda a su empresa a realizar la transformación tecnológica que sus clientes demandan hoy.*



## ERP and Digital Core

SAP S/4 HANA Cloud  
SAP S/4 HANA  
Support service  
Digital Business Services



## Cloud and Data Platforms

SAP Cloud Platform  
SAP HANA and Databases  
Data Warehousing  
Application Integration  
and Infrastructure



## Analytics

Business Intelligence  
Enterprise Performance  
Management  
Predictive Analytics



## IoT and Digital Supply Chain

Supply Chain  
Internet of Things (IoT)  
Manufacturing  
R&D / Engineering  
Asset Management



# Comienzan a celebrarse los SAP Delegation Days

Canarias ha sido la primera delegación en celebrarlo, y además, aprovechó este momento para tener una sesión especial sobre el IGIC .

40 asociados acudieron a esta reunión, que tuvo lugar en Mutua de Accidentes de Canarias (MAC), en Santa Cruz de Tenerife. Hasta allí se acercaron expertos de SAP para presentar sus so-

luciones y hablar de temas candentes. Valentín Santana (MAC), delegado de AUSAPE en esta comunidad, ejerció de anfitrión.

Contamos con la presencia de José Novais (Experto en Soluciones Plataforma Tecnológica), Milly Kluiwers (CX Solution Consultant), y Josep Buñesch (Business process advisor), todos de SAP.

## IGIC

Para la charla sobre la entrada del IGIC en el SII, contamos con Sara Antuñano de Eroski y coordinadora del grupo financiero de AUSAPE, Victoria Golobart de SAP y Laura Díaz, Jefa de la Dependencia de Tributos Interiores y Propios de la Agencia tributaria Canaria

Comenzó la ATC comentando los trabajos que se están realizando, de cara a poder incorporar las características del IGIC dentro de los esquemas que ya se vienen utilizando, para el SII. La fecha de entrada en vigor es el 1 de Enero, aunque se da un tiempo de gracia en el que los límites de 4 días, pasan a ser 8. A grandes rasgos, los mensajes XML de envío, son similares a los que ya se envía a la AEAT, aunque el contenido de ciertos campos varía, como a versión. Para la ATC será la 1.0. a diferencia de la AEAT, a quien le enviamos ahora la 1.1

Victoria Golobart presentó a los asistentes el esquema de la solución que utiliza SAP para los envíos del SII. En este sentido, quedan por dilucidar criterios fiscales que podrían hacer que una misma factura, deba de enviarse tanto a la sede de la AEAT, como a la ATC. Desde un punto de vista técnico, esto genera dudas, que se tienen que ir concretando en fechas cercanas y que os iremos comentando desde AUSAPE.



Nos complace saber que cada día aumenta el nivel de satisfacción de nuestros asistentes, que nos demuestran con sus votaciones que vamos por buen camino. Esto, como siempre, nos anima a seguir mejorando y ofreciendo el mejor de los servicios.



# LOST IN ? TRANSFORMATION

Como full-service partner para las soluciones omnicanal SAP® Hybris®, aspaNETCONOMY le acompaña en la transformación digital de su compañía. Desde el análisis inicial hasta el asesoramiento individual, ofrecemos una implementación profesional ligada con un servicio premium de soporte: Nuestros expertos le apoyan para una implementación exitosa de sus modelos de negocio digitales.



## **Comercio Omnicanal y Gestión de la experiencia del cliente**

Experiencias Omnicanal atractivas ligadas a una gestión de datos efectiva y alineada con los procesos de negocio.



## **Perfil de cliente a 360° y Campañas Omnicanal**

Entienda a sus clientes mejor que nunca y realice campañas personalizadas de forma eficaz.



## **IoT & Servicios Móviles**

Procesos innovadores en servicios y aplicaciones móviles en B2E y B2B.



## **Modelos de Negocio Innovadores**

Realice la transformación digital de su empresa y aproveche todo el potencial con sus procesos de negocio orientados al futuro.

# AUSAPE reúne a 60 directivos en la Sesión Magistral celebrada en el Supercomputing Center de Barcelona

AUSAPE contó con la colaboración de Seidor para la celebración del evento. Bajo el título “Negocios en la Era Digital”, Aleix Valls, nuestro ponente de excepción, nos dibujó el punto exacto en el que nos encontramos en medio de esta transformación digital, y el camino que debemos de seguir. Este camino pasa por aceptar este cambio de paradigma, y nos da las claves para hacerlo, a la vez que nos explica cómo hemos llegado a él.



Estamos inmersos en la cuarta revolución industrial. Este concepto empieza a ser más famoso hace aproximadamente dos años, cuando el pionero Dr. Klaus Schwab, fundador del Foro Económico Mundial, lo nombró en una conferencia, haciendo referencia al momento que atraviesa la sociedad. Para entender un poco mejor este concepto, Aleix hizo un repaso a los tres hitos anteriores que han marcado un antes y un después en la historia de la humanidad, y que se han conocido como revoluciones.

La primera, en el siglo XVIII, fue la revolución del vapor. Después vino la revolución de la electricidad en el siglo XIX, y finalmente, en el siglo XX, la revolución electrónica. Hemos superado ya esta última para adentrarnos en la revolución digital del siglo XXI. El factor común de estas revoluciones es que todas han tenido una tecnología detrás, y es esa tecnología la que genera el momento del cambio, siendo rápidamente incluida en cadenas de valor para posteriormente posibilitar nuevos modelos económicos.

El orden es claro: primero hay una visión tecnocéntrica, para pasar después a una visión más económica y social. Pero esta revolución en la que nos encontramos, es totalmente distinta. Ya no hay duda de si esos avances tecnológicos funcionan o no y si nos llevarán a un cambio social, el cambio se está produciendo en el ciudadano/usuario, y las empresas deben adaptarse y reflexionar sobre las cadenas de valor y sobre cuál es el nuevo modelo social que estamos construyendo.

La revolución digital tiene unas particularidades que la hacen extremadamente distinta a las anteriores, y que nos está llevando a la construcción de unos paradigmas económicos totalmente nuevos. Nombrando estas particularidades, hablamos de: colaboración, flexibilidad y autonomía. Son autónomos porque ya no se necesita la intervención humana para construir valor, y por ello, se nos plantea la necesidad de una nueva narrativa, de entender cuáles van a ser los nuevos modelos de trabajo. Todos habremos oído hablar de la



famosa destrucción de empleos debido a la auto matización, y eso es algo que nos da miedo, lo cual es lógico por otra parte, y seguramente por ello surgen movimientos políticos de extrema derecha, más o menos justificados, ya que queremos que alguien nos dé seguridad, porque los modelos económicos que llevamos acarreado desde hace tanto tiempo se ponen en cuestión. Pero también tenemos que pensar que aunque las nuevas tecnologías destruyen un tipo de trabajos, también generan nuevas necesidades de talento.

El rasgo que más preocupa de esta revolución es su velocidad. ¿Cómo va a dar tiempo a muchos profesionales a reciclarse? Porque la realidad es que muchos se van a quedar sin trabajo, y además, la gente que lo pierda lo va a perder para siempre, porque hay mucha gente que no se puede reubicar. Según Aleix, esto va a dar lugar al surgimiento de una nueva clase social, que se va a denominar "inútil". Esta nueva clase no va a poder integrarse en la capacidad productiva. Hasta ahora, un incremento del PIB llevaba asociado un incremento de los puestos de trabajo, pero eso hoy ya no sucede. Muchos países generan PIB sin la necesidad de estos nuevos puestos, es decir, generan valor sin la intervención humana. Esas dos curvas, la de crecimiento de valor, y la de crecimiento de puestos de trabajo, cada vez están más separadas. Como dato, en Estados Unidos la posición de trabajo más demandada es la de conductor de camión, y, si algo va a ser autónomo, van a ser los camiones.

La pregunta, como hemos dicho, es qué vamos hacer con esos conductores. En Estados Unidos, hay más cajeros que profesores, pero lo que pasa es que ya no se necesitan, porque la gente no va a los supermercados y porque, para cobrar, ya no hace falta un cajero. ¿Qué va a pasar con todos estos empleados? Es muy difícil que lleguen a convertirse en ingenieros de Big Data, básicamente porque ya no están a tiempo.

¿Cómo hemos llegado a que estos avances tecnológicos digitales tengan esta capacidad de cambio? Porque la realidad es que la tienen hasta el punto de cambiar nuestro propio negocio, y el de nuestros clientes. La respuesta la encontramos en que, en esta revolución, quien primero se ha digitalizado ha sido el ciudadano/usuario. Ésta es la principal novedad respecto a otras revoluciones, que surgían en la industria y, a partir de ahí, se trasladaban los cambios a la sociedad. El orden aquí es inverso por primera vez, los cambios van primero al ciudadano, lo que hace que se transforme la sociedad en general. Internet es una herramienta accesoria para muchas empresas, pero, como ciudadanos, es parte de nuestra vida. Ha habido tres grandes momentos que han hecho que así sea:

- En el año 2004 aparece un artículo donde se dice que la web ya no es 1.0, sino que es 2.0, así, la web se transforma en una web simétrica, ya no es donde unos pocos publican y muchos leen, hoy muchos publican y muchos leen. A partir de aquí se empodera el ciudadano/usuario.
- El segundo momento es en el 2007, cuando aparece Steve Jobs y lanza el iPhone. Éste, consigue la convergencia de dos plataformas tecnológicas: la plataforma mobile y la plataforma internet convergen en un único dispositivo, con una experiencia maravillosa. Antes del iPhone, Internet existía en un lugar, pero, a partir de él, a Internet ya no vas, Internet va a estar pegado a ti. Microsoft controló la era del PC, y eran unos pocos los que producían innovación. En cambio, la plataforma móvil se abrió desde el principio, y se inventaron las apps y el App Economy. El planteamiento fue aquellos que tengan talento, y con muy poca inversión, que se imaginen los casos de uso de esta plataforma, porque serán infinitos. Y así ha sido, hoy tenemos casi más de 3 millones de aplicaciones en la App Store, y las mismas en Google Play. Además se ha inventado una nueva economía entera, el App Economy, que ha dado lugar a uno de los casos de innovación colectiva más grandes de la historia de la humanidad, y hoy, casi cualquier empresa establece su relación digital a través de este canal.
- Por último, en el año 2018, en la conferencia Google I/O, Sundar Pichai afirma que Google pasa a ser una compañía *mobile only*, todo su algoritmo e indexación de contenido se van a priorizar para la experiencia móvil.

El hecho de que Internet sea móvil, nos ha cambiado profundamente como personas, nos digitalizó y dió lugar a esta economía digital basada en la experiencia de usuario. ¿Qué ha producido esto? Actualmente las empresas con mayor capitalización bursátil son Apple, Amazon, Google, Microsoft y Facebook. Para que nos hagamos idea de la magnitud, si estas empresas sumaran su capitalización, serían la quinta potencia mundial. Solo Estados Unidos, China, Japón y Alemania tendrían una capitalización bursátil mayor que estas compañías. En 2006 el panorama era totalmente distinto, la mayoría de empresas que aparecían en esta lista, hoy han desaparecido. Aleix nos da las claves para entender cómo ha sucedido esto. Estas empresas, son capaces de generar gran cantidad de valor con muy poca necesidad humana. Si sumamos todos los empleados de estas compañías, son alrededor de 400.000. Para verlo más claro, Aleix puso un ejemplo: si Valladolid fuera digital, generaría el mismo



PIB que Alemania. Los elementos que construyen este nuevo paradigma económico y lo hacen posible son varios:

- Son capaces de entregar propuestas de valor a sus usuarios casi a un coste de valor marginal cero.
- Utilizan la mejor tecnología a su disposición.
- Cuanta más gente usa su plataforma, más valor tiene para el usuario y más dominante es su posición. Cuantos más usuarios tiene Facebook más poderoso es, y más difícil sacarlo del mercado, porque tiene los datos de los usuarios.

Solo China, clonando estas plataformas, ha protegido sus datos. De todas las mencionadas, existe su homólogo chino. Son las mismas, y muchas, hoy en día, son mejores ya que tienen más innovación. En cambio, todos los datos de los usuarios europeos son capturados por empresas norteamericanas. El valor de estas empresas no está en sus impuestos, eso es de la tercera revolución industrial, el valor hoy está en lo digital, y lo digital, son datos. Estas empresas no dan beneficios porque tienen que seguir invirtiendo y conseguir más usuarios. La respuesta del gobierno europeo ha sido el nuevo GDPR. Les dijimos a las PYMES que invirtieran en Internet, en digital, porque los datos son lo más importante que tenemos. Inventamos el e-mail marketing, para después de toda esa inversión, decirles que todo eso no ha valido para nada. Tenemos un problema, porque en esta cuarta revolución industrial, Europa ha perdido a sus usuarios, y es que, ser usuario, dentro de poco será más importante que ser ciudadano.

De aquí viene el debate social, económico y político, porque, ¿cómo se va a regular todo esto? Este debate ya está en la calle, y la idea de empresas malvadas, que tienen un monopolio con nuestros datos, está en la mente de todos nosotros. Plataformas de inteligencia artificial como Amazon Alexa, presente en el 70% de los hogares americanos, ya son lo suficientemente interesantes como para generar opinión política.

Todo se está democratizando rápidamente, y existe una integración vertical en todos los valores. Por ejemplo, el valor de la marca es cada vez menor, ahora es el usuario, con sus *reviews* el que da el valor o lo quita. A su vez, innovar está más al alcance de todos, ya no es un proceso largo y costoso que necesita millones. Las

Startups existen porque pueden existir, hoy en día, con talento y 50.000 €, eres capaz de montar un modelo de negocio escalable. La innovación ya no va a estar controlada por unos pocos, y se nos presenta un futuro por construir muy intensivo en conocimiento, con necesidad de nuevos talentos. Sin talento, las compañías no funcionan. Las empresas tienen que hacerse preguntas nuevas, y eso se hace con talento.

La tecnología va a ser capaz de hacer aquello que necesitemos, pero si ni siquiera lo planteamos, estaremos abocados al fracaso. Hay que afrontar nuestro negocio sabiendo que la tecnología no es el problema, y que si no asumimos este cambio de paradigma, alguien lo va a sumir y lo va a explotar antes que nosotros. Vamos a colaborar con empresas que hoy ni imaginamos, los sectores industriales están desapareciendo, para dar lugar a lo que llamamos ecosistema.

Las empresas están comenzando el proceso que ya ha vivido el usuario/ciudadano, van a dejar de usar internet, para pasar a ser digitales. Las empresas ya tienen su móvil en la mano, como nos pasó a los usuarios. Este móvil se llama Cloud Computing, IoT, Blockchain, Inteligencia Artificial. El efecto combinatorio de estas tecnologías va a permitir rediseñar la estrategia de negocio, en todos los sectores.

El nuevo relato de las compañías del siglo XXI es de innovación y crecimiento, ya no se basa en los beneficios. En cuanto a Europa, tiene su última gran oportunidad: liderar el Internet Industrial.

Los alemanes por ejemplo no son buenos innovando, pero son buenos refinando, y tenemos que asumir esta oportunidad.

En la mesa de debate salió el tema de Blockchain, protocolo que de momento está en una fase embrionaria, pero va a cambiar muchos modelos de negocio. Tiene la capacidad de generar verdad y confianza, y estos principios que nos aporta son necesarios, y nos llevará a la web 3.0.

Una cuestión importante es cómo regular la transformación digital. Si todo el mundo se tiene que transformar, es obligatorio que el regulador también se transforme, y para ello necesita un nuevo relato de valor, y ese valor, es el dato.

El nivel de satisfacción de esta sesión ha sido de los más elevados hasta la fecha. Estamos orgullosos del valor que ofrecemos a nuestros asociados.

**SAP**<sup>®</sup> Business  
**ByDesign**<sup>™</sup>

# Solución perfecta para Subsidiarias



¿Estás pensando  
en expandir tu negocio?

Las empresas  
más innovadoras  
ya están en la nube

**i3s**

Ingeniería de integración  
de Sistemas de Información S.A.

[info@i3s.es](mailto:info@i3s.es) • [www.i3s.es](http://www.i3s.es)



# Los Grupos de Trabajo y las Delegaciones retoman su actividad

AUSAPE ha comenzado con las pilas cargadas después del periodo vacacional, muestra de ello es la intensa actividad de nuestros grupos de trabajo.

Recursos Humanos fue el primero en iniciar la actividad, y lo hizo el 12 de septiembre en Madrid, donde reunió a 29 asistentes y contó con la visita del equipo de Soporte de SAP. El 21 de septiembre fue el turno para Barcelona, que además de contar con una agenda similar, eligió nuevo coordinador para el grupo: José Domingo Mouriz (Diputació Barcelona).

El 20 de septiembre celebramos nuestra Sesión Magistral en Barcelona, a la que acudieron 60 directivos, y que tuvo como ponente de excepción a Aleix Valls, CEO y Co-fundador de Liquid Co. Podéis leer en este número un artículo sobre esta sesión. El día 18 de octubre repetiremos ponente en Madrid, y estamos seguros de que será todo un éxito.

El 26 de septiembre, el grupo de Soporte y Mantenimiento se reunió en las oficinas de AUSAPE en Madrid, contando con 11 asistentes. Pathfinder y Procesos de Negocios con Solution Manager fueron los temas tratados.

Los SAP Delegation Days, se celebran por tercer año consecutivo después del éxito de ediciones anteriores. Canarias lo empezó la ronda el 27 de septiembre, y además aprovechó para dar una sesión especial sobre el IGIC. La reunión se celebró en Mutua de Accidentes de Canarias (MAC) y contó con casi 40 asistentes.

Ese mismo día, Sector Público se reunía en la UCM para una sesión monográfica centrada en la Gestión Tributaria en el Ayuntamiento de Bilbao: Proyecto UdalTax#0 "Un viaje digital del contribuyente". Este proyecto ha recibido un premio SAP INNOVATION AWARD, en el apartado de Digital Transformation, este año 2018 en el SAPHIRE. 31 personas acudieron al evento, tanto asociados, como no asociados en esta ocasión.

Este año, el 2 de octubre, hemos organizado, además de

nuestra habitual visita al Centro de Soporte SAP para clientes, una especial solo para partners.

Industria 4.0 se reunió el 3 de octubre en Barcelona, y se centró en dos temas principalmente: Conectividad en planta y Mantenimiento predictivo, y SAP Enterprise Thread Detection, herramienta de Ciberseguridad. El día 10 de octubre tendrá lugar en Madrid.

El grupo de SuccessFactors, reunió también el 3 de octubre a 48 asistentes en nuestras oficinas, donde pudieron ver varias presentaciones de expertos SAP sobre: Estrategia Reporting & Analytics, con Pedro Regañón, Estrategia Nómina 2025, con Gema Moraleda, Recruiting: Candidate Relationship Management, con Pilar Guimer, Preferred Success con Elena Menéndez, e Innovaciones SuccessFactors, con Pablo Zendera.

El 4 de octubre fue el turno de la reciente delegación de Aragón para celebrar su SAP Delegation Day, que tuvo lugar en Zaragoza. Ejerció de anfitriona M<sup>a</sup> José Cansado, de Schindler, y tuvo 38 asistentes que no se perdieron las interesantes presentaciones de los expertos de SAP.

Analytics tuvo una reunión también el 4 de octubre, donde, ante el nuevo tipo de licenciamiento de Business Objects, analizaron las distintas alternativas, SAC (SAP Analytics Cloud) y otras opciones en base a la experiencia de los usuarios que asistieron. La compañía Esteve presentó un caso práctico en este ámbito, para después iniciar un debate sobre las prácticas realizadas en las empresas asistentes. A este evento solo acudieron empresas cliente.

## EN NOVIEMBRE...

**Día 13:** Recursos Humanos Madrid / Visitas Centro de Soporte

**Día 15:** SAP Delegation Day Andalucía

**Día 23:** Recursos Humanos Barcelona

**Día 29:** SAP Delegation Day Levante

## El grupo de Licenciamiento se estrenó en septiembre con dos reuniones

Este grupo, de reciente creación, ha iniciado su actividad con dos reuniones, la primera en Barcelona el 18 de septiembre, y el 19 en Madrid. Contó entre ambas reuniones con 79 asistentes.

Joan Torres, de GM Food Ibérica, coordinador del grupo, habló sobre estos temas:

- Modelos de licenciamiento SAP On Premise:
- Diferentes modelos de licenciamiento existente y principales diferencias entre ellos. SAP Business Suite, SAP Applications.
- Introducción a S/4 HANA.
- Licenciamiento de usuarios: Categorías de usuarios más comunes y relación entre ellos.

- Licenciamiento de motores: Motores más comunes y relación entre ellos.
- Impacto del Uso Indirecto en el licenciamiento: ¿Qué es lo que un cliente debería regularizar?
- Impacto en los diferentes procesos: Order to Cash, Procurement to pay, Indirect Static Read. Incluir escenarios de integración EDI.
- Usuarios más comunes para regularizar el Uso Indirecto.
- Motores más comunes para regularizar el Uso Indirecto.
- Impacto del Uso Indirecto en S/4 HANA.

Si quieres estar al día en estas cuestiones, que tanto preocupan a nuestros asociados, no pierdas de vista el grupo.

INTEGRA, GOLD PARTNER DE SAP-SUCCESSFACTORS, DISPONE DE UN ACUERDO EXCLUSIVO CON SAP PARA OFRECER SERVICIOS DE:

# Externalización de nómina sobre la plataforma Employee Central Payroll.

Integra le ofrece externalización de nómina sobre la plataforma SuccessFactors Employee Central Payroll, integrada tanto con el resto de módulos de SuccessFactors, como con SAP Finanzas; con los siguientes beneficios:

- Disponer de una plataforma líder de mercado en cuanto a Gestión de Personal y Nómina.
- Descentralizar una parte del proceso de gestión de personal (altas, bajas y cambios).
- Poner a disposición de todos los colaboradores un servicios de portal del empleado que permitirá entre otros: gestión de datos personales, vacaciones, beneficios o incidencias.
- Disponer de una de las mejores plataforma de talento según todos los analistas (Gartner, IDE, etc)
- Disfrutar de una plataforma CLOUD, que ofrece mejora continua de funcionalidad, a la vez que reduce al mínimo el coste de soporte y mantenimiento de la aplicación

El core HR, la nómina y el talento, **integrados.**



Selección e incorporación



Formación



Evaluación del desempeño



Gestión de la remuneración



Sucesiones y planificación

## CORE HR: EMPLOYEE CENTRAL

Registro de emleado, Estructura organizativa, Servicios corporativos

Más info: [bpo@integra-soluciones.net](mailto:bpo@integra-soluciones.net)



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

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

**Ciudad de México**  
Calle Darwin 32 Col. Anzures,  
Ciudad de México. 11590  
T. +52 (55) 9155-1512  
M. +52 1(55) 2763-9424

**integra**

# “Estamos viviendo una situación de cambio muy importante en modelos de licenciamiento en SAP”

Joan Torres, CIO de GM Food Ibérica, ha asumido la coordinación del Grupo de Trabajo de Licenciamiento y Audits que ha iniciado su actividad el pasado mes de septiembre, con sendas reuniones en Barcelona y Madrid los días 18 y 19, respectivamente. En esta entrevista nos habla de los motivos de su implicación en esta nueva iniciativa de AUSAPE, pero también de las razones por las que participar en este Grupo es importante para las empresas asociadas.

## Cuéntenos cuál ha sido su motivación para liderar este Grupo.

La iniciativa surgió de manera espontánea como resultado de una serie de circunstancias: la necesidad de poder compartir el conocimiento adquirido tras una situación que, como CIO de GM Food Ibérica, tuve que gestionar con SAP España de alineamiento de licenciamiento tras un proceso de auditoría; por el alto impacto en la Cuenta de Resultados que pueden tener este tipo de decisiones; por querer mejorar un proceso que me parecía poco transparente en el intercambio de información entre SAP y sus clientes; para incentivar el intercambio de experiencias entre empresas con una base instalada de SAP a raíz de identificar retos comunes; y, por último, por la dificultad de encontrar apoyo especializado, experto y de confianza, en caso de que ser necesario en un momento determinado.

AUSAPE me ha permitido trabajar con diferentes stakeholders y conocer a grandes expertos y profesionales (tanto a nivel nacional como internacional), para que al menos sea un foro de intercambio de experiencias y de conocimiento sobre cómo hacer una buena gestión tanto del licenciamiento como de los procesos de auditoría.

## Principales retos del cliente en licenciamiento y audits

- Estar seguro de identificar el impacto en la organización del cliente de los continuos cambios de licenciamiento por parte de SAP.
- Ser capaz de tomar las decisiones más acertadas, tanto a nivel de compra de la base instalada y en la compra de nuevos productos contractuales para regularizar el uso de licenciamiento.
- Poder disponer de herramientas que ayuden al control y seguimiento del licenciamiento para evitar que los procesos de auditoría se conviertan en generadores de conflictos cuando por parte de los clientes siempre ha habido buena fe en su uso.

## ¿Cómo está siendo su experiencia hasta el momento?

A pesar de la reciente creación del Grupo de Trabajo, ya hace más de un año que se iniciaron las primeras actividades informativas sobre los nuevos cambios de licenciamiento SAP y en especial el impacto del Uso Indirecto a través de sesiones temáticas.

Mi experiencia está siendo fantástica. No sólo se está cumpliendo los objetivos iniciales que he explicado anteriormente, sino que se han añadido nuevos retos en licenciamiento SAP que necesitan de la atención de todas las empresas para poder gestionarlos de manera eficaz y eficiente. Por una parte, el licenciamiento de Uso Indirecto y la aparición de nuevos modelos de licenciamiento y, por otra, el gran impacto que tienen en este tema los procesos de migración hacia HANA y S/4 en los que ahora mismo estamos todos sumergidos, y que obviamente también deben estar acompañados por sus correspondientes contratos de licenciamiento.

Además, en diciembre de 2017 el marco de colaboración se ha extendido a nivel internacional, pues AUSAPE es miembro activo del SUGEN License Charter, lo que nos permite como asociados acceder de manera directa e inmediata a la información internacional sobre temas de licenciamiento, tener la oportunidad de escalar las inquietudes que compartimos a nivel nacional y, en definitiva, formar parte de la toma de decisiones en iniciativas internacionales.

## ¿Piensa que, por la relevancia del tema, este Grupo tendrá un gran protagonismo dentro de AUSAPE?

Todos los Grupos de Trabajo dentro de AUSAPE son de gran interés y no considero que éste deba de tener más protagonismo comparativamente con otros.

Las empresas se dedican a generar beneficios como resultado de sus actividades y, por tanto, el foco de los expertos de las áreas de IT debe mantenerse en acompañar al negocio identificando como los Sistemas y Tecnologías de información pueden aportar nuevas oportunidades para conseguir este objetivo. El tema del licenciamiento está ahí detrás y no queremos que genere ruido pero, para ello, hay que dominarlo y estar bien asesorado.

Lo que sí que creo es que precisamente ahora estamos viviendo una situación de cambio muy importante en modelos de licenciamiento en SAP que van a implicar la necesidad de nuevas inversiones y de revisiones contractuales por parte de los clientes. Como





consecuencia de esta situación, si existe un momento en el que se debe estar encima de este tema es precisamente ahora. Es crucial conseguir cerrar buenos acuerdos que, dependiendo de la situación contractual de cada organización, nos pueden requerir aprobaciones importantes en inversiones y que, como consecuencia de ello, implicarán nuevas cuotas de mantenimiento.

#### **Aparte de mantener a las empresas informadas ¿con qué otros objetivos surge?**

Tal y como he dicho anteriormente, otro objetivo importante es saber 'escuchar' para poder compartir experiencias y enriquecernos todos de ello. Se ha creado una comunidad en que los asociados compartimos retos, inquietudes, preguntas, situaciones, etc. y te das cuenta que los temas que se plantean son bastante comunes y que preocupan a la mayoría.

Como asociación podemos compartir estas inquietudes y solicitar colaboraciones para poder hablar de forma clara y transparente sobre cómo gestionarlas.

#### **¿Ha mejorado, desde su punto de vista, esta cuestión desde que SAP lanzó la nueva política de precios y de licenciamiento?**

No es fácil responder a esta pregunta, ya que entre los asociados hay opiniones de todo tipo y la mía es una más, pero hay respuestas claras. Por ejemplo el impacto del Uso Indirecto no ha sido bien recibido para ciertas transacciones como por ejemplo EDI, cuyo uso es intensivo en ciertos sectores. De todas maneras esta pregunta se responderá perfectamente como resultado de una encuesta que se ha realizado a nivel internacional, con la participación de SUGEN, que ha sido enviada por parte de AUSAPE a nivel nacional y cuyos primeros resultados se tendrán a finales de Octubre.

Al final, SAP toma decisiones sobre cambios en sus modelos de licenciamiento, métricas, denominaciones de productos, paquetizaciones de motores, eliminaciones/sustituciones de productos, etc.

de una manera continua, y está claro es que para los clientes SAP no es fácil poder seguir todos estos cambios.

El 10 de Abril de este año SAP anunció su nuevo modelo de ventas, auditoría y modelos de precios para uso indirecto. AUSAPE, de la mano SUGEN, ha estado trabajando con SAP para enviarle los comentarios recibidos de nuestros asociados. Desde AUSAPE y SUGEN tenemos muy claro que las nuevas políticas de licenciamiento no deberían penalizar a los clientes actuales de SAP que hayan actuado por buena fe y que estuvieran correctamente licenciados pero con las nuevas políticas de Uso Indirecto identifican que no lo están.

En este proceso considero que es clave la figura del comercial de SAP que debe pasar de ser un vendedor a un asesor y defender los intereses del cliente. Para ello debe conocer muy bien el negocio y las necesidades de sus clientes, y aprender a no sólo hablar del futuro sino también a mantenerlo actualizado sobre cómo va cambiando el licenciamiento que tiene contratado, para que el cliente, si ñp cree conveniente, pueda tomar las decisiones oportunas a tiempo.

#### **¿Por qué todo cliente de SAP debería participar en este Grupo?**

Básicamente porque en estos momentos confluyen varios cambios importantes y a diferentes niveles que afectan a todos los clientes SAP: modelos de licenciamiento, tecnológicos (HANA/Cloud) y funcionales (S/4). Creo que es fundamental conocer el impacto en licenciamiento de las decisiones que tomemos a todos estos niveles para poder gestionar cada uno de estos cambios de la manera más eficiente posible.

El Grupo de Trabajo hace que cada asociado no se encuentre solo intentando tomar alguna decisión, sino que pueda compartir sus inquietudes con otros stakeholders y, al final, todos aprendamos de todos. También ofrece la posibilidad de escalar temas a nivel internacional a través de SUGEN y que se puedan debatir directamente en Walldorf.



# “Las empresas de Aragón estamos abiertas a compartir experiencias, problemas y soluciones”

María José Cansado, responsable del Centro de Desarrollo y Soporte de Schindler para Europa, India y Oriente Medio, lidera la Delegación de AUSAPE en Aragón, que celebró su primera reunión antes del verano. Nos da su visión de lo que supondrá esta nueva representación para las empresas de la región y nos habla de los beneficios que las empresas de la región esperan obtener de la iniciativa.

### ¿Por qué era necesaria una Delegación en Aragón?

Hay grandes empresas en la región trabajando con SAP desde hace años, pero no hemos tenido suficiente visibilidad y una de las razones puede ser la poca participación en reuniones organizadas fuera de la Comunidad.

Aunque es cierto que por nuestra posición geográfica tenemos muy buenas comunicaciones, especialmente con Madrid y Barcelona, los desplazamientos no son siempre convenientes por costes o tiempo.

Con la Delegación facilitaremos la comunicación entre las empresas de la zona, abriendo canales en los que poder compartir experiencias e inquietudes, y también les daremos voz y visibilidad fuera de nuestra región. En definitiva, terminar con la sensación de "soledad" que a veces tenemos cada uno en nuestra empresa cuando nos enfrentamos a problemas y retos.

### ¿Qué puede aportar a las empresas clientes de SAP?

En primer lugar estar más cerca de SAP, acceder más fácilmente a su organización, tener la posibilidad de compartir, opinar e, incluso, influir en sus servicios y herramientas.

Tan importante como esto es poder acceder a empresas con problemáticas similares, no solo en España sino también fuera de España, a través de la estructura organizativa de AUSAPE.

### ¿Qué le ha motivado a asumir la coordinación?

Mi equipo en Schindler y yo llevamos ya un tiempo participando en iniciativas a través de AUSAPE. Poco a poco hemos visto la utilidad para nosotros y nuestra empresa, y me gustaría poder compartir esto con el resto de las empresas de nuestra región.

Por supuesto, será también una oportunidad para colaborar en la organización del próximo Fórum AUSAPE que se celebrará en Zaragoza, mi ciudad, y que coincidirá con el 25 aniversario de la asociación.

### ¿Qué valoración hace de la primera reunión?

La valoración es muy positiva. La sensación general es que las empresas de Aragón estamos abiertas a compartir experiencias, problemas y soluciones.

### ¿Qué tipo de iniciativas se pondrán en marcha desde esta representación de AUSAPE?

Todas las empresas de Aragón tuvieron la oportunidad de votar en la primera reunión los temas a tratar durante los SAP Delegation Day. La intención es organizar varias reuniones al año en las que los asistentes decidiremos juntos las temáticas y, una vez decididas, organizaremos seminarios, reuniones y todas cuantas iniciativas sean necesarias.

### ¿Qué temáticas son las que más interesan a las empresas aragonesas?

Al ser empresas de sectores tan dispares, hay interés en torno a temas muy diferentes como innovación, logística, etc., y uno de los que más preocupan es la falta recursos de IT y de SAP en particular.

En este sentido, llevamos tiempo colaborando entre empresas, Gobierno regional y Universidad en diferentes iniciativas para conseguir que haya más jóvenes interesados en formarse y desarrollar su carrera en nuestra profesión. Esta es una carrera de fondo, con resultados a largo plazo, pero confiamos en revertir la actual situación poco a poco.

### ¿Hay muchos clientes de SAP en la región?

Somos alrededor de veinte empresas, y de todo tipo: empresas fabricantes y distribuidoras de ascensores y escaleras mecánicas, material deportivo, electrodomésticos, productos de mesa y cocina, papel y cartón, cerveza, minería, automoción, seguros, ganadería, productos para el descanso, infraestructuras de telecomunicaciones, filtros...

El Gobierno de Aragón es también cliente de SAP y, además, tenemos también varios partners de SAP con importantes oficinas y gran número de recursos.

### ¿Qué puede ayudar a consolidar la Delegación y a crecer?

Es fundamental que las empresas vean la utilidad de nuestra asociación, y estoy segura de que contamos con todo el apoyo de AUSAPE para que esta nueva Delegación sea un éxito.

En este número damos la bienvenida a:

## Nuevos Asociados



**GRUPO AGORA**  
Logística, distribución y  
comercialización  
[www.agoragrupo.com](http://www.agoragrupo.com)



**SYSMEX ESPAÑA**  
Química y Farmacéutica  
[www.sysmex.es](http://www.sysmex.es)



**OVIARAGON**  
Agricultura, ganadería, pesca y  
minería  
[www.grupopastores.coop](http://www.grupopastores.coop)



**GRUPO NUEVA PESCANOVA**  
Logística, distribución y  
comercialización  
[www.nuevapescanova.com](http://www.nuevapescanova.com)



**TESTA RESIDENCIAL**  
Construcción, infraestructuras e  
inmobiliaria  
[www.testaresidencial.com](http://www.testaresidencial.com)

## Nuevos Asociados Especiales



**VISTEX**  
Consultoría y servicios  
informáticos  
[www.vistex.com/es/](http://www.vistex.com/es/)



**FH INTERNATIONAL**  
Consultoría y servicios  
informáticos  
[www.fh.company](http://www.fh.company)

Colaboran en este número de la revista los siguientes Asociados Especiales:



an NTT DATA Company



Inspiring Trust. Globally.





*Inspiring Trust. Globally.*

# SOLUCIONES DE NEGOCIO Y SERVICIOS TI PARA TU TRANSFORMACIÓN DIGITAL

ANALÍTICA Y EPM | CUSTOMER ENGAGEMENT  
INDUSTRIA 4.0 | SOLUCIONES CLOUD  
SAP S/4 HANA®

Jesús María Cabet,  
CIO de Abengoa

---

# “Sin tecnología e innovación es imposible que una compañía pueda ser competitiva, ya que la tecnología es el centro de la evolución”

Hablamos con Jesús María Cabet, CIO de Abengoa, sobre el nuevo papel protagonista que juega el departamento de IT dentro de una organización. Abengoa es mundialmente reconocida por haber sido el motor del acceso a la energía renovable de manera global. Fueron los primeros en hacer plantas termosolares de gran tamaño en todos los continentes. Desde IT se trabaja con el fin de cumplir con la estrategia de la compañía.

## ¿CUÁLES SON LOS PILARES DE LA ESTRATEGIA DE SU COMPAÑÍA?

Es un hecho que los principales indicadores demográficos muestran que el incremento de la población, el crecimiento de las ciudades, la mejora de la calidad de vida, así como la demanda de nuevas infraestructuras, son ya una realidad. Por ello, Abengoa centra sus esfuerzos en las actividades clave donde poseemos sólida y consolidada experiencia, como son el desarrollo de infraestructuras energéticas, generando, desarrollando y transportando energía de forma convencional y renovable. Nuestra vocación es hacia el ámbito de la energía renovable, hacia todo lo que permita una mejora sustancial en el mundo y la naturaleza. La promoción de nuevos horizontes de desarrollo e innovación es clave para el fomento de la sostenibilidad y la eficiencia energética de consumo de agua. Esto le ha llevado a ser el referente mundial en el desarrollo de soluciones tecnológicas innovadoras en los sectores de Infraestructura, Energía y Agua.

En Abengoa tenemos una cartera de soluciones del ciclo integral del agua, desarrollando procesos de desalación y tratamiento de la misma, y realizando infraestructuras hidráulicas.

## ¿CÓMO CONTRIBUYE EL DEPARTAMENTO DE IT A MATERIALIZAR ESA ESTRATEGIA?

Es importante señalar primero el cambio que ha sufrido el concepto del área de IT. Ha pasado de ser un área de puro

backoffice, a ser un área involucrada en la definición de la estrategia y su ejecución. Sin tecnología y sistemas es imposible que una compañía pueda ser competitiva, ya que la tecnología es el centro de la evolución.

El departamento de Sistemas de Abengoa se centra en cómo hacer realidad la estrategia de la compañía, no se hace nada que no tenga un retorno asociado al beneficio de la misma. Por tanto, nuestra misión es clara, buscar soluciones que permitan la evolución para el cumplimiento de los objetivos. Para ello, fomentamos equipos de trabajo multidisciplinarios, ya que es la única forma que se puede entregar valor a la compañía. Las acciones surgidas de estos equipos permiten definir los presupuestos de inversión, que, aprobados cada año, permiten evolucionar el negocio. Esos presupuestos, aun siendo manejados por el área de IT, tienen vocación de negocio, y por tanto, definen previamente los alcances y las áreas que tocan. Nuestra área cuenta con un presupuesto propio, que permite ejecutar los proyectos sin interferencias. Un proceso de revisión continua de los mismos nos va dando el grado de avance.

Los objetivos del propio departamento de IT van en la línea del aseguramiento de que todos los equipos están trabajando como fin último en el cumplimiento de la estrategia de la empresa, midiendo mediante Cuadros de Mando el grado de cumplimiento sobre nuestros objetivos. También hay que asegurar que los costes en los soportes no se disparan, que van



acordes a la evolución de la tecnología. Hay muchas opciones y muchos avances tecnológicos, pero es nuestra responsabilidad saber lo que encaja para nuestro propósito y lo que no.

Además, es importante canalizar las acciones que se dan en el entorno shadow IT. Hoy la tecnología está al alcance de cualquier persona y corremos el riesgo de que se realicen acciones sobre tecnología que no están bien canalizadas, ya que se dedican esfuerzos ocultos en actividades que en el mejor de los casos no obtienen un rendimiento óptimo para la compañía por quedarse en nichos o en el peor puedan comprometer las política/normas internas a la compañía o externas (legales, cumplimiento...).

Por tanto, para mí es un orgullo decir que el área de IT conoce a fondo el negocio y su estrategia, entiende la cultura y los procesos de la compañía, está actualizado en la tecnología que hay en el mercado y es capaz de definir un proyecto que empuja de manera tangible y medible a la compañía.

### ¿CÓMO SE ESTRUCTURA SU DEPARTAMENTO DE IT?

Desde hace más de una década vimos que la función IT ha de ser realizada como función global, ya que presenta mayor sinergia, eficiencia, eficacia y estandarización. Desde nuestros centros de competencias de España y Uruguay cubrimos todas las localizaciones geográficas y las diferentes líneas de negocio. Pero teniendo en cuenta que cada país y línea de negocio tiene su sabor especial, por debajo de esta capa global mantenemos especificaciones que cubren las necesidades diferentes que tienen en los países y en los distintos negocios, de tal manera que, tenemos por un lado equipos locales de IT en cada país, y por otro, equipos específicos que conocen perfectamente las distintas áreas de negocio.

Nuestros equipos internos, son los que conocen el negocio y la estrategia, pero contamos con un gran apoyo en proveedores, los que dan la velocidad para ejecutar un proyecto.

Si nos centramos en SAP, que está desplegado en más de 30 países podemos ver las bondades del modelo. Con especialistas de SAP en España y en Uruguay damos cobertura global

cubriendo en local aquellas especificaciones propias de cada localización. Si bien, una sociedad financiera de México es distinta a una planta solar de Sudáfrica, tienen procesos comunes en SAP (FI, MM, SD, CO...) y procesos específicos (ISU, PM...)

Ofrecemos un servicio de calidad para todos los usuarios en cualquier parte del mundo, con el mismo nivel de calidad de servicio, independientemente de la localización y del idioma.

Articulamos el área de IT a través de un presupuesto propio y de nuestra cadena de valor (demanda, soluciones, proyectos, desarrollo y operaciones) de tal manera que nos gestionamos como una compañía donde tenemos un mix de empleados y de proveedores estratégicos.

### ¿SE FOMENTA LA INNOVACIÓN DESDE EL ÁREA DE IT?

En Abengoa, la innovación está en cada empleado, y cada uno de ellos cuenta con mecanismos para trasladar a la directiva las diferentes propuestas. Tenemos claro que sin innovación, no hay futuro. Existen comités de innovación donde participan los distintos departamentos de cada área. Por tanto las iniciativas de innovación no sólo se fomentan desde IT, sino desde todas las áreas. Innovar es hacer realidad ideas que dan lugar a productos y procesos que crean una mejora en la entrega de valor de tu compañía y en las que han de estar involucradas todas las áreas.

Por otro lado, la innovación no significa utilizar el último hit tecnológico "per se", significa entender la tecnología que hay y utilizarla, para y po, tu compañía, y ésta, debe ser tangible.

### ¿QUÉ INICIATIVAS SE ESTÁN LLEVANDO A CABO LIGADAS A LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL?

La revolución en la que estamos ahora es clara, ser capaces de sacar más rendimiento a los datos que tenemos en nuestros sistemas.

En Abengoa podemos afirmar que el 100% de los servicios IT residen en Cloud, que los procesos principales de la compañía son accesibles desde dispositivos móviles, que tenemos modelos de coste variables, que hemos aumentado la

velocidad de entrega y retirada de soluciones, y que hemos reducido el capex. Todo ello gracias a la democratización de las nuevas tecnologías en los últimos 5-10 años.

El reto de las compañías es ver la tecnología como un medio y no como un fin. Es importante medir el retorno real al negocio de las inversiones realizadas. Insisto en que no se debe usar una pieza de tecnología simplemente por tendencia o por moda, sino porque encaja en tu estrategia.

Así, los proyectos IT más avanzados de la multinacional tienen que ver con el Big Data, CRM, la automatización y los modelos PaaS.

- **Uso del Big Data para generar cuadros de mando avanzados, en tiempo real.** Sistemas origen como SAP nos permiten presentar cuadros de mando orientados a los distintos niveles de toma de decisión de la compañía, Desde los destinados a la alta dirección hasta llegar al resto de áreas: equipos tácticos, operativos... Todos aquellos que tienen que tener sus indicadores y poder acceder de forma ágil, en tiempo real y desde cualquier parte del mundo a la información.
- **Digitalización avanzada de procesos de compras y financieros.** Estamos realizando una segunda revolución en SAP en la digitalizando de los procesos propios de los equipos financieros y de compras... Facturación, tesorería, gestión de proveedores....
- **Evolución de los procesos de desarrollo de negocio corporativo.** Estamos acompañando a nuestra fuerza de ventas y desarrollo de negocio en su transformación soportado en el CRM corporativo.
- **Evolución de los modelos de IaaS a modelos PaaS.** La estrategia IaaS está bien pero ahora vamos a un nivel superior donde lo que vamos a hacer es consumir Plataforma como Servicio, Base de Datos como plataforma, etc. en lugar de implementarla sobre IaaS".
- **Automatización en la oficina.** Se buscan todas las acciones y procesos con carácter manual para automatizarlos. Se analizan los procesos y solicitudes que hace un usuario para automatizarlos.

- **Líneas de colaboración con los equipos industriales.** Colaboramos en tecnologías OT operation technologies, donde analizamos las soluciones específicas de del área industrial.

### **MUCHOS ESTUDIOS HABLAN DE LA EVOLUCIÓN DEL PAPEL DEL CIO EN LA ESTRUCTURA DE LAS EMPRESAS ¿CUÁL ES SU EXPERIENCIA, QUÉ CAMBIOS SE HAN PRODUCIDO EN SU CASO?**

Los cambios están siendo muy positivos en los últimos años. Al igual que ha evolucionado el conjunto del departamento de IT, también lo ha hecho la imagen tradicional del CIO. Ya no es considerado como el responsable de un equipo de backoffice y sólo de sistemas, las organizaciones ya entienden que el CIO se erige como un motor de cambio y transformación de la compañía a través de su conocimiento del negocio y de la tecnología.

Participar en los board donde se toman las decisiones, es un gran avance que está ocurriendo en las empresas. La tecnología es clave, y tiene que ser tenida en cuenta en los órganos de decisión más altos de cada compañía, es decir, desde la estrategia.

### **¿QUÉ LE APORTA A SU EMPRESA SU PERTENENCIA A AUSAPE?**

La labor de AUSAPE es fantástica, ya que crea un foro libre de la mirada del propio proveedor. Es de gran valor poder compartir el conocimiento, la experiencia y la visión que te aportan otras organizaciones y expertos, ya que todos pasamos por los mismos problemas, y es una suerte poder compartirlos y solucionarlos con mejores prácticas.

Los foros, los equipos de trabajo y las sesiones específicas en delegaciones, ayudan a la difusión de experiencias.

El Fórum AUSAPE es sin duda un referente, y puedo decir que las personas que acudieron desde Abengoa quedaron muy satisfechas y repetirán la experiencia.

Ausape es un ejemplo de trabajo bien hecho y servicio de valor a las empresas.

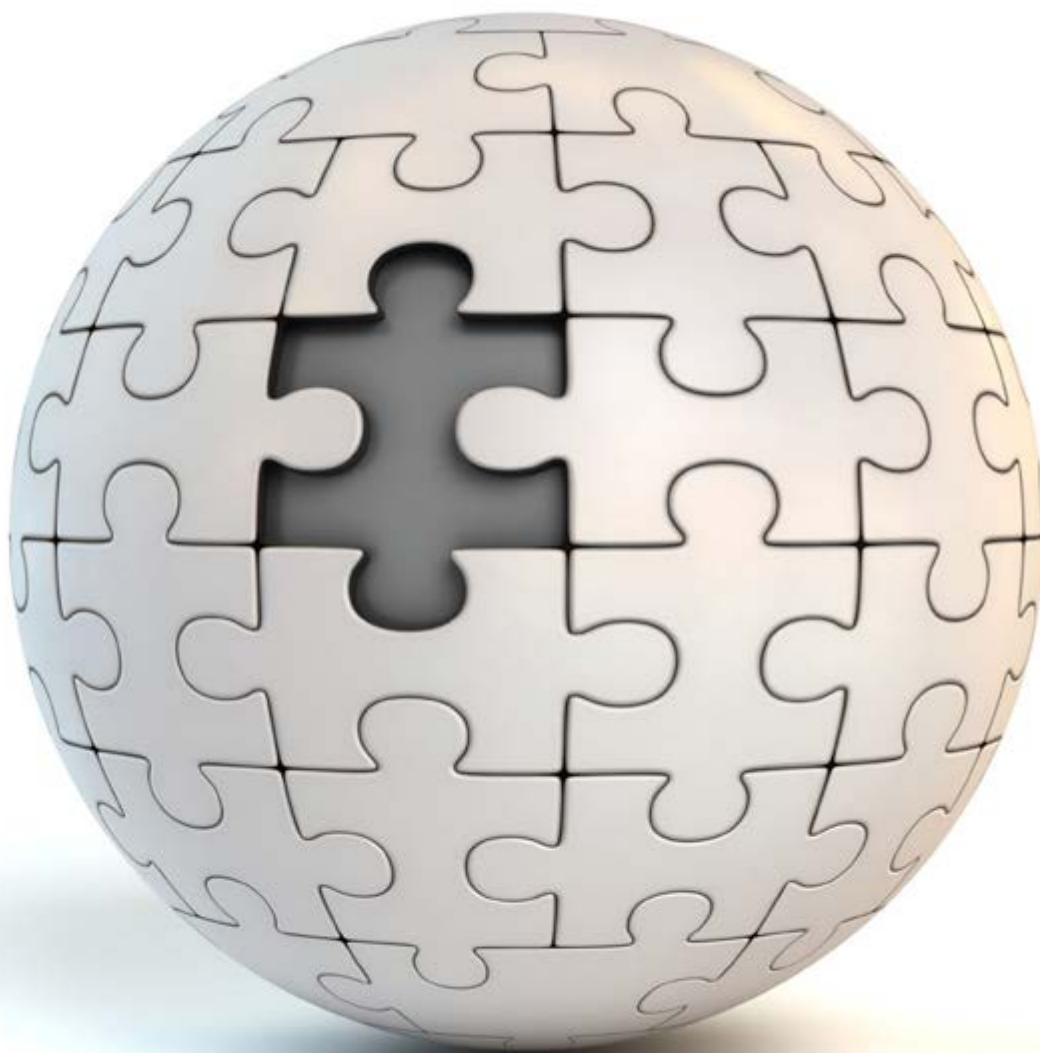






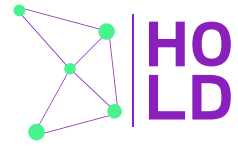
# ¡ASÓCIATE!

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





**Javier Iglesias**  
Socio en 3Hold Technologies



# GM Food Ibérica optimiza sus procesos de cadena de suministro gracias a la gestión unificada de artículos y sus variantes

GM Food Iberica, anteriormente Miquel Alimentació Grup, es la empresa líder del sector mayorista de la distribución alimentaria en España. Con el fin de optimizar su cadena de suministro, GM Food Iberica, ha contado con la colaboración de 3Hold Technologies, expertos en el sector de la distribución y soluciones SAP Retail, para unificar la gestión de artículos y sus variantes. Como resultado del proyecto se han podido conseguir importantes beneficios como simplificar la gestión de artículos, maximizar las ventas, eliminar roturas en almacén, optimizar del stock y mejorar en el análisis de la información.

Uno de los principales retos con los que tiene que lidiar el sector de la Distribución es la gestión de las variantes de artículos a lo largo de toda la cadena de valor. La convivencia de diferentes variantes o formatos de un artículo (cambios de formato, artículos promocionales o estacionales, packs, etc.) en el tiempo pueden suponer un problema en la gestión de los procesos a lo largo de toda la cadena de suministro.

Los principales retos a los que se enfrentaba GM Food Iberica eran:

- Simplificar las tareas de gestión de los datos maestros en SAP agrupando lógicamente todas las variantes de un artículo, manteniendo a la vez toda la información asociada a cada una de ellas.
- Optimizar los procesos de compra y reaprovisionamiento de tiendas y almacenes y así conseguir adecuar el surtido a necesidades estacionales, promocionales o logísticas.
- Facilitar la operativa en almacén para la recepción, movimientos internos y expedición de la mercancía de artículos con variantes, eliminando errores que puedan provocar diferencias de inventario.
- Evitar la saturación de pickings de los almacenes, compartiendo en una misma ubicación de picking todas las variantes de un mismo artículo.
- Eliminar faltas en ventas a cliente o traslados a tienda pudiendo definir reglas de sustitución entre variantes de un mismo artículo.
- Minimizar el impacto del alta de nuevas variantes para clientes y establecimientos propios, evitando la gestión de múltiples variantes en destino y trabajando, en su lugar con una variante principal multiformato.
- Ampliar la oferta y maximizar las ventas surtiendo a los clientes y a las tiendas con la variante de artículo más adecuada según estacionalidad, promociones, restricciones logísticas en destino, etc. Acelerar el 'go-to-market' de artículos promocionales.



- Explotar el reporting a lo largo de toda la cadena de valor permitiendo mostrar la información de forma agregada o desagregada según las necesidades de GM Food Ibérica.

### LA SOLUCIÓN Y SUS BENEFICIOS

Para conseguir los objetivos planteados, GM Food Iberica decidió contar con la colaboración de 3Hold Technologies por su gran conocimiento y experiencia tanto del sector de la Distribución como de las diferentes soluciones de SAP y especialmente de aquellas indicadas para Retail.

Para abordar el proyecto, se creó un equipo multidisciplinar con representantes de todos los departamentos involucrados de GM Food Iberica liderado por el equipo de consultores de 3Hold Technologies que, durante seis meses, trabajó codo con codo para analizar, redefinir e implantar los cambios necesarios para superar los retos planteados. Tras estos seis meses de proyecto se cumplieron todos los objetivos consiguiendo importantes beneficios a todos los niveles:



- Incremento significativo de las ventas gracias a la agilidad en el despliegue en el mercado de nuevos formatos de artículos y la eliminación de faltas de servicio por cambios de formato gracias a que actualmente el sistema determina la variante óptima en función de las necesidades del mercado y de su disponibilidad.
- Mayor satisfacción de los clientes y establecimientos propios de GM Food Ibérica facilitando su operativa a la hora de reaprovisionarse. Hoy, los clientes no tienen que preocuparse de pedir la variante de artículo 'exacta' ya que es el propio sistema el que se encarga de traducir la información.
- Eliminación de roturas en almacén por cambios de formato de proveedor. La agrupación en el sistema de todas las variantes de un mismo artículo permite ahora pedir siempre el artículo correcto a los proveedores.
- Simplificación de los procesos de inventario en almacén y tienda gracias a la trazabilidad de las variantes de un mismo artículo en los almacenes y la gestión de variantes unificada en clientes y establecimientos propios.

- Optimización del stock en el lineal y en la trastienda de los clientes y establecimientos propios de GM Food Ibérica, ya que el sistema actualmente puede surtir a cada cliente o establecimiento con la variante más adecuada para éste en función de sus características.
- Mejora en el análisis de la información agregada y desagregada a todos los niveles gracias a la agrupación lógica de todas las variantes de un mismo artículo.

Joan Torres, CIO de GM Food Iberica, resume en pocas palabras el gran trabajo realizado de forma conjunta con 3Hold Technologies: "La problemática de las variantes de artículos es un reto común en el sector Retail que GM Food Ibérica decidió abordar de manera definitiva e integral por el incremento de los retos a lo largo de la cadena de suministro y por los altos beneficios que aportaba a nuestros clientes y en las mejoras de los procesos internos. 3Hold Technologies, una vez más, aportó un gran valor con su conocimiento de negocio en los procesos de la cadena de suministro y por su conocimiento técnico de SAP Retail que fue la combinación perfecta."

## Sobre GM Food Iberica

Con más de 90 años de historia, GM Food Iberica es la empresa líder del sector mayorista de la distribución alimentaria en España con una facturación de más de mil cien millones de euros al año. Es el único mayorista en España que con

sus marcas cubre más de 2.400 referencias de alimentación, productos de cuarta gama, droguería, perfumería y bazar. Las unidades de negocio de GM Food Iberica son: Cash&Carry, Retail, FoodService y Export.

## Sobre 3Hold Technologies

3Hold Technologies es una consultoría tecnológica especializada en la prestación de servicios de SAP y Cloud Computing mediante la explotación de soluciones tecnológicas aplicadas al negocio.

3Hold Technologies acompaña a las empresas en la adaptación a los nuevos retos derivados de la era digital utilizando

las mejores soluciones del mercado y mediante ellas, transforman las tecnologías de la información en una ventaja competitiva.

Como expertos en SAP Retail y Cloud Computing, tienen el conocimiento y la experiencia para ayudar a las empresas a realizar sus proyectos más complejos con total garantía.



# Upgrade de SAP ECC a S/4 HANA Simple Finance y Simple Logistics

Más que una migración, una transformación funcional y tecnológica. Posiblemente uno de los primeros upgrades a Simple Finance y Simple logistics de un sistema SAP de más de 15 años de vida, y desde el punto de vista de plataforma es posiblemente la primera del mundo sobre arquitectura IBM. Un primer paso para acercar las herramientas core de Euromadi a los nuevos retos de colaboración (Fiori), reporting y big data.

Euromadi soportaba sus procesos core de negocio (facturación, autofacturación, gestión comercial, contratos y finanzas) sobre SAP ECC, complementando sus funcionalidades con reporting sobre SAP BI.

El sistema SAP ECC, no Unicode, estaba instalado sobre AS/400 de IBM (OS/400 V7R1) con base de datos nativa DB2.

Euromadi decidió en 2016 asegurar el soporte a largo plazo de SAP e IBM actualizando su infraestructura para adaptarla a las últimas versiones de ambas empresas.

Se decidió realizar un upgrade de entornos SAP (ECC, BI, EP) pasando a S/4 Simple Hana & Simple Logistics (in-house) en IBM Power sobre SUSE.

## OBJETIVOS

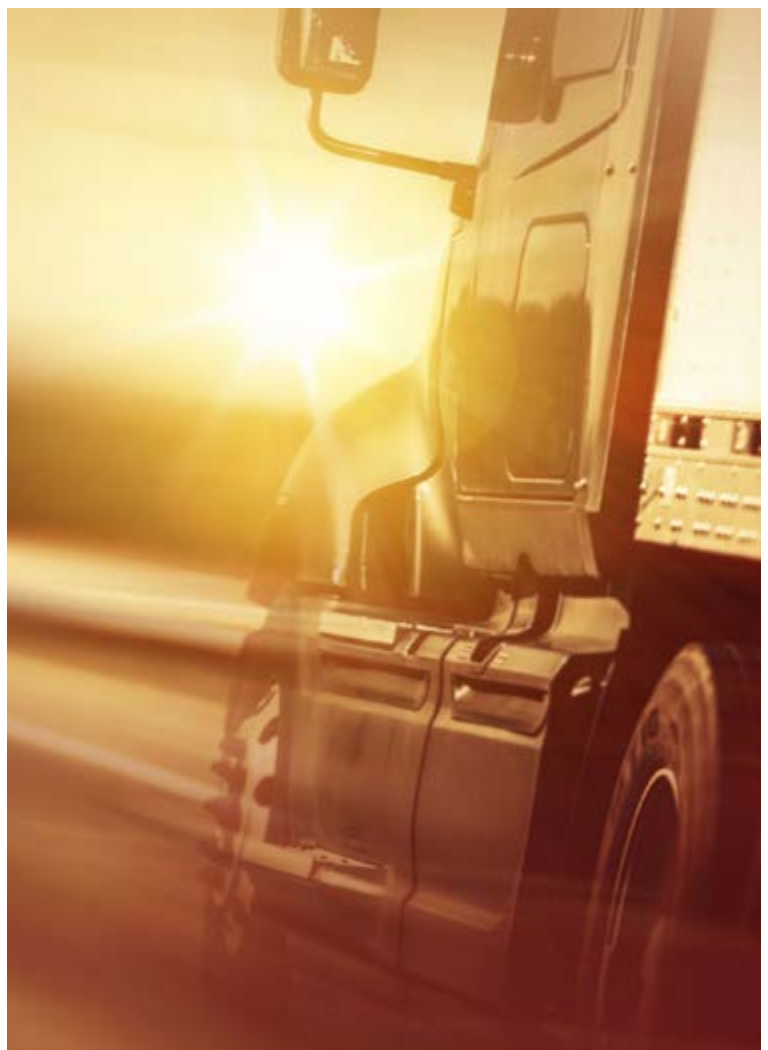
El objetivo principal era modernizar la plataforma SAP técnica y funcionalmente, aprovechando la necesidad de cambiar la infraestructura para lograr:

- Agilizar procesos.
- Traspasar paulatinamente el reporting de SAP BI a Hana DB.
- Mejorar y adaptar la base implantada a las best practices de SAP S/4 Hana.

Se definieron objetivos y premisas básicas para llevar a cabo un proyecto no disruptivo para la actividad de Euromadi, soportada en un 80% sobre la arquitectura de SAP:

## EL PROYECTO

Para diseñar y planificar el proyecto en base a las premisas de Euromadi, Consultia IT ejecutó un proyecto previo de revisión de sistemas (durante dos semanas) utilizando las herramientas de SAP que permitió detectar:



- Problemáticas específicas y datos a migrar.
- Módulos a implementar:
  - Credit risk.
  - Comercio exterior.
  - CVI (Customer Vendor Integration).
- Cambios funcionales:
  - Business Partner.
  - EDI e impresiones.
- Cambios técnicos recomendables:
  - Implementación de CS.
  - Implementación nuevo SSM.

Adicionalmente se diseñó un proyecto de transformación de los sistemas financieros y logísticos a Simple Finance y Simple Logistics de unos 6 meses, que debía arrancar en el 2017.

También se planificó la transformación de BI 7.4 sobre Windows NT 6.5 y SQL Server a BI a NW 7.4 SP9 sobre SUSE Linux 12 y BBDD HANA, implementando además un nuevo Enterprise Portal para el acceso de informes, unificando de esta manera todos los entornos sobre SUSE.

HANA 2 se implementó posteriormente al upgrade, a la espera de una versión compatible de SO (SLES 12), lo que permitió constatar las mejoras en rendimiento y gestión de espacio de HANA2.

### LECCIONES APRENDIDAS

El Upgrade de SAP ECC 6.0 a S/4 HANA2 de Euromadi proporciona interesantes lecciones aprendidas:

- El proyecto previo de análisis y pre-check es básico para planificar y valorar esfuerzos.
- Con suficiente ventana se pueden abordar conjuntamente los ajustes del upgrade a S/4, a Unicode y proyectos previos (CVI, EA-FIN) ejecutando un único plan de pruebas.
- La revisión de desarrollos es ideal para localizar y eliminar desarrollos obsoletos.
- Un gran cambio de S4 es el Business Partner, se puede optar por implementar CVI asociando un código único a los registros de proveedores y clientes que son la misma entidad, creando una vista de cliente / proveedor para ambos.
- Credit Risk implica revisar las funcionalidades de control de créditos (Áreas de control de crédito vs Segmentos, FIORI, etc.).
- Pasar de los mensajes NAST a BRF+ tiene dificultades si se utilizan IDoc, aunque se puede evitar pasar a BRF+.
- Los programas de versiones anteriores que utilizan las vistas de ACDOCA (BSIS, BSIK...) no están optimizados, para evitarlo es mejor pasar a los nuevos programas o desarrollar alternativas.
- Hay que implicar a los usuarios en cuadro de datos y redefinición de funcionalidades, S/4 es un cambio estructural que obliga a poner orden, por ejemplo, el cierre de finanzas que vuelve a ejecutar el arrastre de todos los ejercicios pudiendo surgir diferencias que varían los saldos de cuentas FI.
- Las capacidades de reporting de HANA2 pueden simplificar mucho el landscape asegurando reporting en línea.
- Los tiempos de upgrade y conversión disminuyen si se realiza un archivado técnico previo (logs, Idoc etc.).

En resumen, se trata de un cambio técnico y funcional importante pero factible si se detectan las posibles dificultades de cada instalación antes de abordarlo.



## Sobre Grupo Euromadi

Grupo Euromadi es desde 1993 una central multisectorial de compras y servicios para la distribución comercial, líder en España. Grupo Euromadi facilita el acceso de productos de fabricante asociado, garantizando las mejores condiciones de comercialización. Un modelo de negocio desarrollado a través de sus sociedades filiales Euromadi, Markant, Desarrollo de Marcas, Persé, EuromadiPort, AMK Ibérica, Spar Española y EMD Internacional.

Con sede en Esplugues de Llobregat (Barcelona), Grupo Euromadi tiene 137 empresas asociadas donde trabajan más de 92.000 personas en más de 13.500 puntos de venta Cash & Carry.

Grupo Euromadi es miembro fundador del grupo internacional European Marketing Distribution (EMD) con una participación de 17,5% de su capital lo que permite establecer acuerdos internacionales proporcionando más ventajas a los asociados.

## Sobre Consultia

Consultia IT, fundada en 2001 y con oficinas en Madrid, Barcelona, Panamá y México, cuenta con un equipo de más de 120 profesionales organizados en tres líneas de actividad: Consultoría de SAP, Consultoría de Negocio y Consultoría Tecnológica.

Consultia IT ofrece a sus clientes soluciones prácticas, rentables y eficientes, ajustadas a sus necesidades concretas y que les permitan hacer frente a los retos del mercado. Para ello, Consultia IT pone a disposición de sus clientes equipos multidisciplinares, con amplia experiencia transversal y sectorial, capaces de colaborar de forma conjunta y próxima, permitiendo culminar con éxito proyectos complejos.

Sus servicios de SAP cubren el ciclo completo de vida, desde la consultoría de definición de la solución hasta su implantación y mantenimiento.



**Álvaro Rodatos**  
Senior Manager en Minsait



# Grupo Pacha afronta el reto de la “Empresa Inteligente” con SAP S/4HANA Cloud

Grupo Pacha está desarrollando un ambicioso plan de expansión a nivel mundial para sus líneas de negocio de hoteles, restaurantes de lujo con espectáculo y retail. Para lograrlo en el menor tiempo posible y garantizar la integración de todos sus procesos, debe contar con la tecnología más adecuada. La decisión de implementar SAP S/4HANA Cloud es clave para el éxito

A principios de 2017 el fondo de capital riesgo Trilantic Capital Partners adquiere el Grupo Pacha y pone al frente a un nuevo equipo de gestión, cuyo desafío consiste en llevar a cabo un plan de expansión muy ambicioso y potenciar la imagen de marca para sus líneas de negocio de hoteles, restaurantes de lujo con espectáculo y retail.

En la situación de partida, la solución con la que cuenta Grupo Pacha para el back-office (ERP) y front-office (PMS y POS), pone en riesgo el desarrollo del plan por diversas razones:

- Cumple únicamente los requisitos legales de España y sólo está disponible en idioma castellano.
- Cada establecimiento tiene bases de datos independientes de clientes, proveedores o materiales, por lo que no existe una visión unificada de grupo ni visión 360° de los clientes.
- No existe un inventario centralizado, lo que eleva los costes de gestión.
- Gran parte de la producción, facturación, cobro y recaudación de caja que tiene lugar en los sistemas de front-office es traspasada manualmente al back-office central para consolidar la información contable del grupo.

El coste administrativo, los errores derivados del tratamiento manual, los tiempos elevados que se requieren para el cierre contable y la escasa posibilidad de analizar los proyectos de producción artística, dificultan enormemente el plan de expansión.

Por ello Grupo Pacha se propone aumentar la productividad, la colaboración interna y reducir los trabajos manuales mediante un nuevo sistema que le permita disponer de:

- Una Base de Datos de clientes única, compartida y homogénea.
- Un sistema centralizado de compras más eficiente que permita

mejores acuerdos comerciales con proveedores y un sistema de flujos de aprobación para llevar un control más exhaustivo.

- Integración con las distintas líneas de negocio y con sistemas de terceros para que toda la producción y facturación que tenga lugar en clubs, hoteles y restaurantes se traspase de forma automática.
- Información en tiempo real para mejorar la toma de decisiones del grupo. En este sentido es esencial facilitar el estudio analítico de los proyectos de producción artística que suponen un 70% de los ingresos de la compañía.

Por último y para facilitar la ejecución del plan mediante una rápida implementación de los procesos de negocio, la solución debe disponer de escenarios pre-configurados con las mejores prácticas del sector, multi-idioma, y con múltiples localizaciones a nivel global para cubrir de forma estándar todos los requerimientos legales.

## TRANSFORMACIÓN DEL NEGOCIO EN LA ERA DIGITAL

La solución elegida para abordar los retos antes comentados es SAP S/4HANA Public Cloud. Esta opción, a diferencia de las soluciones de nube privada, es un producto por suscripción donde no se requiere de licenciamiento permanente, incorpora automáticamente todas las innovaciones del fabricante cada tres meses, sin necesidad de proyectos de migración y además dispone de escenarios de negocio pre-configurados donde aplicar las mejores prácticas de SAP de forma guiada y predeterminada. Sin duda, un producto innovador y disruptivo donde las reglas del juego cambian radicalmente.

Un producto de estas características requiere de una metodología de implementación acorde como es SAP Activate for Cloud. Esta metodología brinda la posibilidad de ejecutar un proyecto de implantación en las modalidades en cascada o mediante iteraciones “Agile” como es el caso. La metodología proporciona numerosos

aceleradores en cada una de sus fases, lo que agiliza el despliegue de la solución.

Uno de los retos más importantes del proyecto es el poder conectar los procesos de negocio del back-office, con la actividad empresarial que tiene lugar en front-office. SAP S/4HANA Public Cloud es el ERP de back-office dónde se consolidan las finanzas del grupo, se centralizan las solicitudes de aprovisionamiento, se gestiona y analiza la rentabilidad de los proyectos, en definitiva, la espina vertebral de todos los sistemas de información.

La actividad en front-office es mucho más particular de cada negocio, que requiere disponer de aplicativos específicos. En este sentido, el PMS (Property Management System) gestiona los procesos que tienen lugar en los hoteles del grupo (Hotel Pacha y Destino). El club, los restaurantes y las tiendas de merchandise disponen cada uno de un Punto de Venta (POS, por sus siglas en inglés) específico.

La integración del PMS y los tres aplicativos POS del front-office con SAP S/4HANA Cloud, se realiza mediante el componente SAP Cloud Platform Integration que forma parte de la nueva plataforma de SAP que permite realizar extensiones y desarrollar aplicaciones en la nube.

#### GRUPO PACHA SE SITÚA EN UNA NUEVA DIMENSIÓN

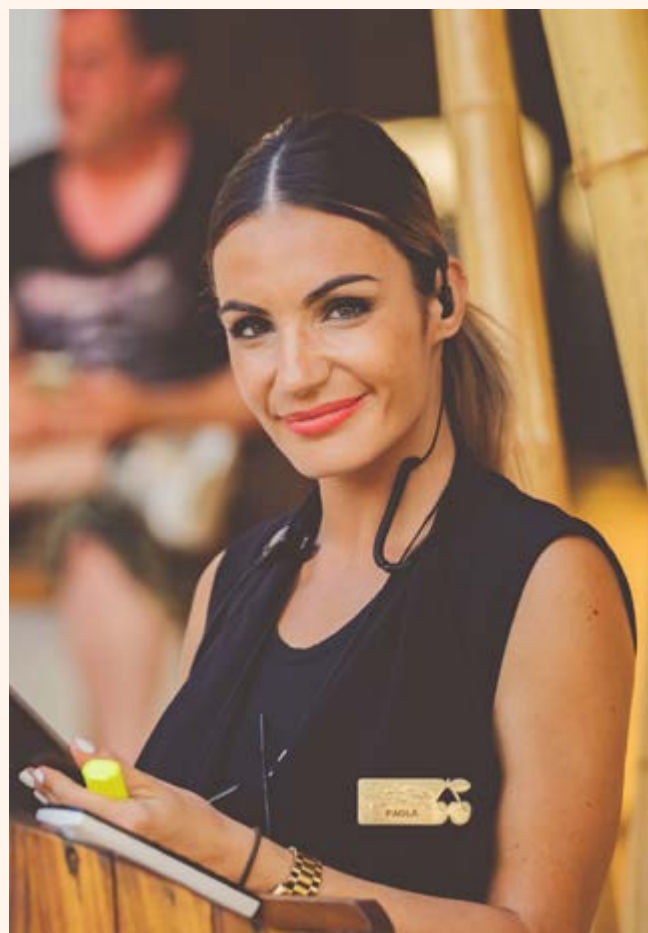
Grupo Pacha emprende el proyecto de implementación de SAP S/4HANA Cloud en colaboración con Minsait, una compañía de Indra. El alcance de la solución incluye la activación y configuración guiada, mediante la metodología ágil SAP Activate, de los siguientes escenarios de negocio:

- **Finanzas:** Contabilidad financiera y cierre, cuentas a pagar, cuentas a cobrar, gestión de activos, comunicación con bancos y reporte financiero. Además se automatiza la conciliación bancaria y se adapta la vía de pago confirming para tres entidades bancarias.
- **Ventas:** Ofertas, venta de stock, facturación, notas de abono, notas de débito, devoluciones de cliente, entregas, corrección de facturas y venta de servicios.
- **Compras:** Compra de materiales, servicios, contratos, reporting en tiempo real y monitorización de las compras, gestión del inventario, transferencias entre almacenes y devoluciones a proveedores.
- **Proyectos:** Control financiero de proyectos, gestión de recursos avanzada, gestión y revisión interna de proyectos.

Las integraciones se realizan con SAP Cloud Platform Integrator (SCI), a través de las API estándar de SAP S/4HANA Cloud y afectan a Business Partners, materiales, movimientos de almacén, facturación o External Billing (Release 1805) y creación de asientos contables. La plataforma también se emplea para el envío SII de la Agencia Tributaria.

Otro de los aspectos destacables del proyecto, junto con la metodología, es la colaboración con SAP para el uso del asistente digital (Co-pilot) con automatización de procesos tanto para el reporte de incidencias como para la comunicación interna entre los miembros del equipo de proyecto.

Con todos estos elementos el proyecto se desarrolla en tan solo cuatro meses, dando plena cobertura a los procesos de negocio y las necesidades de integración. Y lo que es más importante, Grupo Pacha puede ahora desarrollar sus planes de expansión en una dimensión privilegiada que sólo es posible mediante la tecnología que está liderando la transformación digital en el mundo empresarial.





**Remi Leclère**  
SCM Manager de ASPA



# El auge del “gemelo digital” gracias al IoT en la Industria 4.0

Con la creciente aplicación de tecnologías IoT en la industria, se refuerza cada vez más el uso de lo que se llama “gemelos digitales”. El concepto de “gemelo digital”, sin ser un concepto nuevo (existe desde 2002), se está implementando de manera rápida en la industria siendo las tecnologías IoT el principal conductor ya que, gracias a ellas, su implementación se ha vuelto rentable. Se ha convertido en una de las 10 tendencias tecnológicas estratégicas de Gartner en 2017.

## DEFINICIÓN Y ORIGEN

Una definición sencilla del gemelo digital sería la siguiente: es un modelo virtual de un producto, de un proceso o de un servicio. Es un puente entre el mundo virtual y el mundo físico que permite simular escenarios de funcionamiento desde la concepción a través de todo el ciclo de vida del producto, analizar datos para mejorar su funcionamiento y realizar monitorizaciones para identificar problemas antes de que ocurran.

El concepto viene de la NASA, que, en los primeros días de la exploración espacial, fueron los pioneros en estudiar lo que se llamaba las “tecnologías de emparejamiento”. Mantener, reparar, operar sobre sistemas, sin acceso físico a los mismos, era el reto en aquella época. El uso de gemelos digitales es ahora muy común en la NASA, que utiliza un entorno virtual para construir y probar sus equipos. Sólo tras una aprobación total en el entorno virtual, se puede empezar con la construcción física. Se vinculan luego el resultado final y el gemelo virtual a través de los sensores para un proceso de mejora continua.

La industria 4.0 se basa en el uso cada vez más extendido de componentes inteligentes, que utilizan sensores para recoger datos reales como sus tiempos de uso, condiciones de uso, posiciones de uso, etc. Los mismos componentes se conectan a un sistema en la nube que recibe estos datos y permite un análisis detallado gracias a las tecnologías de Big Data. La combinación entre la conectividad a la nube y el uso de componentes inteligentes en la industria 4.0, así como la reducción drástica de los costes de adquisición y de transporte de los datos, hace que estemos en un momento en el que una implementación a grande escala del uso del gemelo digital sea posible.

## UNA EVOLUCIÓN RÁPIDA

Según el gabinete ABI research, la tecnología del gemelo digital sólo se utiliza en un 4% de las empresas de fabricación, pero se prevé que de aquí a 2026 (- de 10 años) esta cifra pase al 54%.

Los gemelos digitales se están extendiendo en el mundo del IoT industrial. Muchas grandes empresas ya los están usando, la NASA como hemos comentado en la introducción, pero también hay muchos otros ejemplos como:

- **General Electrics:** Los está utilizando a través de su plataforma IoT para sus turbinas de viento para encontrar una solución para protegerlas de los vientos violentos del Atlántico norte.
- **Rolls Royce:** Utiliza gemelos digitales para modelar diferentes escenarios digitalmente para mejora el diseño de sus motores de avión.
- **SAP:** Propone un componente de la solución SAP Leonardo, llamado SAP Predictive Engineering Insights que utiliza un programa 3-D y lo combina con los datos enviados por los sensores, como la fuerza o el estrés, para dar una visión sobre los dispositivos. Este componente se integra con otros componentes como SAP Predictive Maintenance and Service, así como SAP Asset Intelligence Network.

En el sector aeronáutico, por la complejidad de sus productos, el gemelo digital ya ha encontrado su sitio. Los objetos conectados que se utilizan en los aviones permiten proveer información sobre el entorno completo. El sector de la automoción está empezando también a utilizarlos, ya que permite entender mejor sus clientes, como usan sus productos y sus deseos.

El uso del gemelo digital ya es una realidad en la industria 4.0 y los servicios para su implementación ya se están proponiendo por las grandes empresas.

## APLICACIONES

La replica virtual del objeto físico, el gemelo virtual, tiene como objetivo actuar de la misma forma que el objeto físico. Esencialmente, el gemelo digital permite realizar todo lo que queremos en un entorno



virtual, sabiendo que lo que pasa con él tiene muchas probabilidades de pasar también con el físico.

Esta posibilidad puede tener impacto a varias áreas de la industria:

### Concepción / Diseño

Con el uso de un gemelo digital, es posible utilizar un espacio virtual en un ordenador para diseñar, probar y construir productos, todo de forma virtual. Esto tiene un impacto importante a nivel de coste: trabajar con objetos físicos tiene un coste elevado: hay que producir el prototipo y, en caso de fallo, se pueden romper las piezas utilizadas durante el ensayo. Trabajando con gemelos digitales, se puede realizar la concepción sin producción física y es muy fácil volver a crear los objetos que han fallado y con un coste que se aproxima al cero. Se pueden realizar simulaciones que ya no tienen límites. Una vez alcanzados los resultados deseados, puede empezar la producción física. El uso de un gemelo digital permite un ahorro en tiempo y recursos. Permite el desarrollo de productos más fiables y mejor concebidos para los clientes.

### Mantenimiento Preventivo

Un gemelo digital permitirá prever cómo se comportará un producto físico a lo largo del tiempo, en función de su uso. Esto permitirá a los usuarios saber en qué momento un producto puede averiarse y repararlo antes de que eso ocurra.

Si pensamos a un nivel más global, un gemelo digital de una fábrica entera, con sus máquinas, permitirá realizar visitas virtuales, permitiendo a los equipos de intervención ahorrarse una visita in situ previa a una intervención y, por ejemplo, saber de antemano si será necesario el uso de un andamio o si la configuración permitirá el uso de grúa o cualquier otra herramienta necesaria. Podemos proyectar también que la documentación de cada máquina (documentación técnica, histórico de mantenimiento, inspecciones, etc.) estará disponible con un solo clic cuando en la actualidad, dicha información está esparcida en diferentes sitios.

### Servicios / Relación cliente

El IoT permite vincular una representación virtual a cada objeto o sistema físico durante su ciclo de vida entero. Esto permite sacar beneficios tanto en la mejora de los productos como en la propuesta de servicios asociados, que serán más pertinentes y en la experiencia de usuario.

Ya no se buscará solamente la optimización del diseño y de la fabricación del objeto, si no una relación más duradera con el usuario, ofreciéndole los servicios, las funcionalidades y las actualizaciones que mejorarán su uso y reducirá su coste de utilización.

### Formación

El uso de un gemelo digital tendrá impacto también en la formación de recursos: por ejemplo, permitirá a un operador entrenarse en una máquina virtual con datos de uso reales. El operario no podrá hacer una formación física hasta haber adquirido las competencias necesarias para pilotar una máquina real. Es el mismo principio que los simuladores de vuelos que ya se están utilizando para la formación de pilotos.





**Mariano Nava Aparicio**  
Sales Director de aspaNETCONOMY



# Conocer a nuestros clientes no es sólo cuestión de datos

Desde hace ya varias décadas se alimenta una obsesión por recopilar datos que nos permitan tomar las decisiones empresariales correctas. No hablamos sólo de decisiones a corto que nos permitan solucionar problemas operativos concretos, sino que al objeto de dar aquello que los clientes esperan de nosotros, utilizamos los datos para intentar predecir los que los clientes esperan de nuestras marcas. De ese modo fijamos estrategias de negocio a medio y largo plazo que deberán calar en toda la organización, pero ¿ocurre todo esto de verdad?

Recientemente en un artículo publicado en esta revista, hablaba de cómo el sistema productivo había virado en este pasado siglo XX. Decíamos que habíamos pasado de una economía donde la producción mandaba a una economía donde los consumidores se habían convertido en fuentes de información necesaria en las estrategias de producto de las compañías. Preparando este artículo me encontré con una descripción de este proceso mucho más precisa dada por el profesor Paul Saffo, uno de los gurús tecnológicos del Silicon Valley. Paul Saffo hace un recorrido sobre la historia económica de los últimos 120 años y nos cuenta como hemos pasado de una “Producer Economy” a una “Creator Economy”. Durante la primera, los esfuerzos económicos residían en sistematizar la producción y en organizar a las personas y el capital del modo más eficiente para evitar la escasez. Aunque el icono de este periodo fuera el Modelo T de Ford, el apogeo de éste llegó durante la segunda guerra mundial cuando EEUU era capaz de producir un caza cada 15 minutos.

Luego pasamos a lo que él llama “Consumer Economy”, cuando el binomio facilidad al crédito y una publicidad orientada a consumir, nos permitía el que adquiriéramos lo que deseábamos, no lo que necesitábamos. Hace 10 años, la crisis del crédito por el excesivo apalancamiento acabó con este modelo. Hoy, según Saffo, nos encontraríamos ante lo que él llama “Creator Economy” y es que, ante su falta de fidelidad, las empresas quieren convertir a los consumidores en productores y consumidores a la vez. ¿Cómo lo hacen? Según Saffo, para ello se crean plataformas donde las aportaciones de los consumidores mejoran el producto y atraen a más usuarios, generando de este modo un círculo virtuoso. Facebook sería el paradigma de dicho modelo.

Todos sabemos que la base sobre la que se sustentaría esta plataforma es el conocimiento de nuestros consumidores. En las últimas décadas ha habido una obsesión por parte de las empre-

sas en obtener datos que nos ayuden a entender las relaciones que los clientes quieren tener con nuestras empresas y por ello se han invertido cantidades ingentes en CRMs. Sin embargo, en no pocas ocasiones, no hemos conseguido descifrar en que consiste esa “R” cuando nos referimos a nuestros propios clientes. En una aproximación más psicológica que tecnológica voy a intentar sistematizar lo que algunos expertos en marketing vienen a definir como la base de las relaciones entre empresas y consumidores.

Según un estudio publicado por HBR en el que se analizaban las relaciones entre consumidores de China, Alemania, España y EEUU, y más de 200 marcas de 11 industrias diferentes, se identificó que existían hasta 29 tipos diferentes de relaciones entre consumidores y marcas. Sorprende del estudio que nuestra interacción con las marcas sería equiparable a las relaciones que tenemos entre las personas, desde relaciones de flirteo o aventura fugaz, pasando por relaciones de sumisión o profesor-alumno, hasta relaciones como la de colegas, viejos amigos o de pareja. En cualquiera de estas relaciones, igual que en las relaciones entre personas, se generan una serie de expectativas que, en caso de no cumplirse, llevan a la desaparición de la relación. Desde el punto de vista de la empresa, relaciones que son más duraderas son más predecibles y por tanto más fáciles de gestionar, pero en cambio los beneficios obtenidos son menores. Y es que se trata de relaciones más intensivas en recursos y un solo paso en falso puede hacernos repensar si nuestra relación es sana o excesivamente dependiente (ej. como las reacciones airadas de los clientes de Amazon ante la subida de las tarifas Prime). En cambio, aquellas relaciones fugaces permiten a las empresas cobrar tarifas/ precios Premium; sin embargo la predictibilidad y la recurrencia es limitada (ej. hoteles románticos).

El quid de la cuestión es averiguar qué tipo de relación tienen nuestros consumidores con nuestras marcas y actuar en conse-



cuencia. El poner en práctica esa estrategia ya no es sólo una responsabilidad de los departamentos de ventas y marketing; la empatía y la inteligencia emocional/relacional hacia nuestros clientes ha de ser transversal a lo largo de toda la compañía. La operativa de la compañía para alinearse con las expectativas que queremos generar en nuestros clientes. Un ejemplo de cómo el departamento de operaciones de una compañía se involucra en el rediseño de las relaciones con los clientes, es el del TD Bank, el octavo banco en EEUU. Hoy nos parecerá trivial, pero al objeto de profundizar las relaciones con los clientes, TD Bank rediseñó sus relaciones con ellos eliminando los bolígrafos atornillados a la mesa, dejando de cerrar las puertas de golpe a las 17:00 o eliminando las filas acordonadas que retenían a los clientes como ganado.

Si no queremos limitarnos a un solo tipo de relación con nuestros clientes, existen estrategias y ejemplos que han permitido que ciertas marcas puedan proveer de mensajes diferenciados sin traicionar las expectativas de los clientes. Una de ellas sería la de reforzar las relaciones deseadas evitando que sean de un sólo tipo (duraderas Vs fugaces). Swatch puede ser uno de los casos más conocidos, dando cabida a relaciones duraderas tipo matrimonio con marcas de lujo (Omega, Breguet...) o relaciones de tipo aventura fugaz con marcas de rango básico (Swatch, Flik Flak...). Avis hizo algo parecido comprando Zipcar lo que le permitió entrar en un mercado, el de coche compartido, y así llegar

a un público que no podía permitirse alquilar un coche al modo tradicional.

Más complejo que reforzar las relaciones deseadas es el de convertir una relación amor-odio, como las que tienen los supermercados, empresas de suministros o aerolíneas, en una relación deseada. Existen innumerables ejemplos de cómo este tipo de compañías intentan fidelizar a sus clientes a través de información valiosa para ellos (ej. recetas de cocina, planificadores de vacaciones, programas de fidelidad...)

Cuando no existían sistemas que nos permitieran entender las expectativas de clientes y sólo las encuestas nos daban información más allá de las cifras de ventas, podía ser excusable no entender que tipo de relación se espera de nuestras marcas. Ahora las tecnologías actuales nos permiten capturar la huella digital de los consumidores, sin embargo, sólo una aproximación empática, utilizando esa ingente de información desestructurada, nos permitirá satisfacer aquella relación que el cliente espera de nosotros.

Como partner especialista en soluciones SAP C4/HANA, en aspaNETCONOMY llevamos años apoyando a empresas en su proceso de transformación digital y en la implementación de modelos de negocio digitales exitosos. Trabajamos para conocer mejor a sus clientes y sus comportamientos, cambiando el paradigma de cómo se relacionan y buscando humanizar las interacciones que llevan a cabo con ellos.



**Sergio Arias Cruz**  
Head of IoT & SmartCities

# El Internet de las Cosas, hacia una empresa conectada

Durante los últimos años existe una tendencia a la automatización y recogida de datos suministrados por numerosos tipos de dispositivos o sensores embebidos en cosas. Entendamos cosas como un “todo”, considerando que estas cosas pueden ser incluso personas. El número de elementos conectados crece día a día aplicándose a todos los mercados y convirtiéndose en un elemento clave para potenciar el desarrollo de las empresas y el músculo de las ciudades.

La interconexión digital de los objetos de nuestro entorno está sufriendo una evolución exponencial dando lugar a nuevos y numerosos casos de uso de gran valor para empresas y ciudadanos, siendo especialmente relevante en la Industria 4.0.

Se produce gracias a dos aspectos fundamentales:

- **Evolución de sensores.** Nuevas tipologías de sensores y más económicos.
- **Evolución de infra IoT.** Lora, NB, BLE, etc, permiten nuevas posibilidades.

Hay otros elementos de vital importancia en el mundo IoT, especialmente las plataformas. Originalmente atendían verticales concretas, pero dada la evolución del IoT, se llegó a la conclusión de que el análisis común de información suministrada por diferentes grupos de sensores era muy valioso, como la identificación del volumen de personas en un momento dado junto con la medición del ruido existente. Por todo ello las llamadas Plataformas IoT son un elemento clave, existiendo numerosas opciones y siendo de vital importancia la identificación de la plataforma correcta según el propósito.

## IDENTIFICANDO EL CASO DE USO

Gracias a los diferentes elementos del ecosistema IoT (sensores, plataformas, redes, etc) se abre un mundo de posibilidades cuya pieza clave es la identificación del caso de uso.

Aprovechar correctamente todas las tecnologías disponibles, por supuesto con una adecuada capacitación de personas, depende fundamentalmente de los siguientes aspectos:

- Identificación de la arquitectura y tecnologías correctas según cada propósito.
- Identificación del caso de uso que realmente sustente un plan de negocio y aporte valor, bien generando ingresos o bien suponiendo ahorro en costes.

La explotación del dato recogido por “cosas” abre un abanico de posibilidades en todos los mercados: mantenimiento predictivo, seguimiento y atención domiciliar de pacientes, estudio de hábitos de conducción, gestión inteligente de edificios, conteo y análisis de personas, contenedores conectados, automatización de inventario, etc.

## EL INTERNET DE LAS COSAS Y SAP

En el mundo IoT aparece SAP Leonardo, buscando la forma de integrar en una sola plataforma una visión completa de la empresa, adecuándola al nuevo ritmo de los negocios, evolucionando a gran velocidad y transformándose digitalmente.

Durante el viaje hacia la Industria 4.0 nos encontramos además con una gran apuesta contando con MindSphere & SAP HANA.

## ¿Y CUÁL ES EL PAPEL DE ATOS EN EL CONTEXTO IOT?

En Atos llevamos muchos años involucrados en diferentes proyectos que forman parte de su propuesta de valor IoT: desarrollo de Fiware sobre el que posteriormente se fraguó su plataforma IoT (Urban Data Platform), Atos Codex para el tratamiento del dato, gran capacidad sobre la plataforma MindSphere, desarrollo de diferentes verticales como lectura de matrículas o gestión del ruido, infraestructura IoT, integración con scadas, etc.

Todo ello ha supuesto una preparación para todo lo que hay y vendrá en un futuro alrededor de la conectividad con cosas, ofreciendo soluciones E2E: consultoría especializada para empresas o ciudades, plataformas, diseño, suministro y despliegue de redes o infraestructura, verticales, integración, etc.

Cabe mencionar otras capacidades estrechamente relacionadas en el mundo IoT: Tratamiento del Dato, Ciberseguridad e Inteligencia Artificial.

En un mundo en constante cambio nos encontramos en un apasionante proceso de Transformación Digital. IoT es una de las claves de este proceso: Sigamos conectando cosas, sigamos avanzando hacia la empresa conectada.

# Ayudamos a mejorar el rendimiento de tu negocio

Aplicamos soluciones tecnológicas e innovadoras



## CONSULTORÍA TECNOLÓGICA ESPECIALIZADA EN SAP Y CLOUD COMPUTING

En **3Hold Technologies** acompañamos a las empresas en la adaptación a los nuevos retos derivados de la era digital utilizando las mejores soluciones del mercado y mediante ellos transformando las tecnologías de la información en una ventaja competitiva.

### LA ESPECIALIZACIÓN NOS PERMITE UNA MAYOR CALIDAD

Como expertos en **SAP Retail** y **Cloud Computing**, tenemos el conocimiento y la experiencia para ayudar a las empresas a realizar sus proyectos más complejos con total garantía.



Ofrecemos un portfolio de servicios que van desde el asesoramiento estratégico, hasta la implantación, el mantenimiento, la evolución y la administración de soluciones alrededor de **SAP Retail**, diseñado para ayudar a clientes de los sectores de la gran distribución y retail.

#### SERVICIOS SAP RETAIL

Consultoría SAP - Desarrollo e Implantación - SAP Retail - Mantenimiento Soluciones SAP



Desde la estrategia de implementación hasta el despliegue y las operaciones, **3Hold Technologies** ofrece una multitud de servicios específicos de **Cloud Computing** para acelerar la adopción de la nube en las empresas y mejorar su rendimiento.

#### SERVICIOS CLOUD COMPUTING

Consultoría Cloud - Despliegue y Migración - Misión Crítica- Servicios Gestionados

### Soluciones tecnológicas diseñados para mejorar tu negocio



#### FraudHunter

**FraudHunter** es un sistema basado en Big Data para la detección de fraude en tienda.



#### Cloud Archiving for SAP

**CAS** archiva tus datos SAP de forma nativa, segura y económica en la nube de AWS o IBM Cloud.



#### HanaDrive

**HanaDrive**, es un servicio que te permite evaluar las ventajas de SAP HANA con tus propios datos.



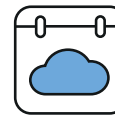
#### On-Shelf Availability

**On-Shelf Availability** es un sistema de detección de roturas de stock en el lineal.



#### Cloud BigBrother

**CB2** es un Plugin que se integra con Nagios, la mejor herramienta de monitorización OpenSource.



#### Cloud TimeTable

**CT2** es un planificador para definir los horarios de servicio de sus servidores en la nube y ahorrar costes.



**Joan Ribas**  
Manager en everis SAP Business Unit



an NTT DATA Company

# Un nuevo paradigma para una nueva era

Es cada vez más evidente que el creciente desarrollo de las tecnologías de la información (ITs) está revolucionando la forma en que entendemos, utilizamos y fabricamos cualquier objeto. Los productos, bien se trate de una máquina, un reloj o una farola, ya no son simplemente un conjunto de componentes mecánicos y eléctricos, sino que se han convertido en complejos sistemas de sensores, microprocesadores y dispositivos de almacenamiento de datos que son capaces de interconectarse y comunicarse a través de conexiones inalámbricas.

Estos productos son cada vez más inteligentes (smart), y están en el origen del surgimiento de un nuevo paradigma de competitividad. En un artículo ya clásico de la Harvard Business Review<sup>1</sup>, Michael Porter afirmaba que “se están rehaciendo las fronteras de la industria y creando nuevas industrias completamente nuevas”. Las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías, asociadas a conceptos emergentes como Cloud, IoT y Big Data, fomentan la aparición acelerada de nuevos modelos de negocio capaces no sólo de competir con los tradicionales sino de sustituirlos en un breve espacio de tiempo.

Esta nueva forma de competir obliga a las empresas a reinventarse continuamente y, desde un punto de vista estratégico, a redefinir su modelo de negocio. En un mundo interconectado, los objetos nos hablan a través de los datos que transmiten, y la aplicación de soluciones innovadoras al análisis y gestión de esos datos es lo que permite crear valor añadido en este nuevo entorno competitivo.

Pero, ¿cuáles son los elementos que definen el nuevo uso que se le da a los datos?

Por un lado hay que crear nuevos servicios para ser más competitivos, y por otro hay que mantener la mejora continua que permita rediseñar, segmentar mejor el mercado u ofrecer un servicio post venta mucho más eficiente.

Por ello, las funciones esenciales de una compañía (diseño y desarrollo de productos, IT, producción, logística, marketing, ventas y servicio post-venta) se están redefiniendo completamente, y cada vez se hace más evidente la necesidad de incorporar nuevas funciones, entre ellas las necesarias para gestionar las ingentes cantidades de datos de que disponemos actualmente.

Porque, hoy en día, lo que hace viable un proyecto o negocio no es la acumulación masiva de datos sino el análisis inteligente y estructurado de los mismos. Y, para ello, cada empresa o negocio ha de ser capaz de responder con precisión varias cuestiones previas, claves para implementar el modelo de análisis más adecuado:

- ¿Dónde y con qué frecuencia se originan los datos?
- ¿Qué utilidad prevemos que tengan esos datos? ¿Para qué los queremos?

<sup>1</sup> Porter, Michael y Heppelman, James: How Smart, connected products are transforming competition. Harvard Business Review, Noviembre 2014



- ¿Qué fuentes de datos proporcionan realmente un valor añadido?
- ¿Cómo garantizamos su fiabilidad, integridad y seguridad?
- ¿Cómo vamos a almacenarlos?
- ¿Es necesario analizarlos en tiempo real?
- ¿Podemos combinar nuestros datos con otros datos externos que nos ayuden a buscar correlaciones valiosas?

La tecnología ha de estar a nuestro servicio, pero ciertamente hemos de orientarla en la dirección adecuada para que el esfuerzo tenga un resultado satisfactorio. La interconectividad de los objetos, el uso de plataformas en la nube, de tecnologías blockchain para asegurar la integridad de los datos, o de herramientas de análisis en tiempo real, alcanzan su pleno sentido cuando sirven a un fin último previamente definido.

Pensemos, por ejemplo, en el caso de un proveedor de componentes industriales que se incorporan a máquinas integradas en los procesos productivos de su cliente. Con la sensorización adecuada, paralelamente a su función principal, se van generando y almacenando datos relativos a los propios parámetros de funcionamiento del componente, que se envían directamente a una plataforma en la nube, con lo que los datos se integran dentro de un único repositorio de información, ordenados y enriquecidos con datos de otras fuentes de información (p.e., datos de otros componentes y máquinas, condiciones ambientales, temperatura, humedad, presión)

Esta estructura permite realizar análisis multidimensionales que facilitan la búsqueda de patrones en los conjuntos de datos para detectar anticipadamente desviaciones o tendencias que se alejan del ideal de fabricación, predecir potenciales problemas utilizando técnicas de machine learning, y aplicar soluciones preventivas con el consiguiente ahorro de costes, mejora de la capacidad de servicio y optimización de los activos y su rentabilidad.

## everis drizzle

En el último año, SAP ha pasado de ser un competidor más dentro del mundo IoT a posicionarse como uno de sus tres principales impulsores. Desde everis, y gracias a SAP Leonardo, hemos desarrollado un activo propio: everis drizzle. Esta solución reduce la distancia entre el mundo digital y el físico en los procesos operativos y de mantenimiento, apoyándose en tecnologías como Big Data o Machine Learning entre otras.

Gracias a su usabilidad, everis drizzle cubre de manera sencilla procesos de negocio estándar de SAP como gestión de activos, mantenimiento correctivo y preventivo, o gestión de materiales y de personal, integrándose con los sistemas existentes y facilitando la optimización, movilización y digitalización de procesos, pudiendo incluso analizar en tiempo real la información generada.

Y, aunque es en el sector industrial donde la implementación de estas tecnologías y herramientas de análisis está evolucionando más rápidamente bajo el paraguas de la Industria 4.0, no es despreciable el impacto que tienen en otros sectores.

Por ejemplo, en el mundo de los seguros de salud están empezando a aparecer opciones de abaratar las pólizas mediante la monitorización del nivel de ejercicio físico del asegurado; y también está comenzando a trabajarse en la monitorización del grado de utilización de los contenedores de recogida selectiva de residuos para optimizar las rutas y frecuencias de retirada de los mismos.

Para sobrevivir hay que adaptarse a las necesidades del cliente o buscar nichos de especialización: los productos serán más difíciles de sustituir porque ofrecerán un mayor rendimiento, customización y, por tanto, tendrán más valor para el cliente.



**Fernando Urbano Soto**  
Ingeniero de Soluciones en I3S



# Business ByDesign: La alternativa eficaz para la empresa subsidiaria

En un entorno de globalización e internacionalización cada vez más rápido, las corporaciones necesitan abrir empresas subsidiarias para gestionar con eficacia los nuevos mercados. Lo que, a menudo, implica una sobrecarga de los servicios generales de la empresa y de sus departamentos de IT. Ahora contamos con nuevas herramientas que facilitan y aceleran extraordinariamente esta labor, de rápida implantación, sin necesidad de invertir en nueva infraestructura e integrados con nuestros sistemas SAP.

En la tesitura empresarial actual, las compañías deben afrontar grandes retos todos los días. La elección del sistema de gestión empresarial es uno de los más decisivos, sin duda. Escoger el modelo adecuado es vital para el funcionamiento de la empresa, su operativa, y para asegurar su crecimiento.

Uno de los momentos en los que se plantea este dilema es al crear una empresa subsidiaria. Bien sea por la apertura de una nueva filial por parte de la compañía o por la compra o adquisición de otra empresa.

Ante esta situación, nuestra posición es clara. En caso de que la empresa matriz cuente con un sistema SAP R3 o S/4 Hana y la subsidiaria vaya a realizar el mismo trabajo, con los mismos procesos y con el mismo nivel de complejidad, la opción lógica es que la filial opte por implantar el mismo sistema SAP S/4 Hana, beneficiándose de un mismo modelo de datos y procesos. Sin embargo, existen una serie de casos en los que la adopción de un sistema distinto es más aconsejable, entre los que podemos nombrar:

- La empresa subsidiaria se dedica al mismo negocio, pero sus procesos tienen una complejidad reducida.
- La empresa subsidiaria se dedica a un negocio distinto.
- Se crea una Joint Venture para un proyecto concreto.
- Se realiza una fusión o adquisición.
- Se realiza la venta de una filial.

Para estos, nuestra recomendación es implantar SAP Business ByDesign. Una solución SaaS, que aúna las capacidades ERP, CRM y Analytics, empaquetada para garantizar una rápida implantación y con una integración perfecta con S/4 Hana. Estas soluciones cuentan con una arquitectura idéntica en términos de estructura, formato de datos y formato de compartición IDoc. Lo que significa que las conversiones y programación son, en la mayoría

de casos, innecesarias. Lo que la convierte en la solución perfecta para gestionar de manera efectiva todas las operaciones intercompany, maximizando su eficiencia.

Además, es fácil de usar y presenta una interfaz intuitiva para el usuario, lo que se traduce en una menor necesidad de formación, de manera que los usuarios son capaces de controlar el sistema en unos pocos días.

Nos ha gustado el esquema de Rainer Zinow, en el que se recogen los aspectos clave a tener en cuenta en cada uno de estos casos:

	Mismo negocio, complejidad reducida	Distinto negocio	Joint Venture	Fusión/Adquisición	Venta
Reducir coste de implantación	+++	++	+++	+	+++
Reducir tiempo de implantación	+	+	+++	+++	+++
Reducir complejidad	+++	++	+	+	+
Integración	+++	+	+	+++	/

En todos estos casos sigue siendo posible optar por la implantación S/4 Hana, pero deben sopesarse los siguientes aspectos: Tiene costes de implantación y licenciamiento mayor, y requiere de una intensiva formación de empleados. Por lo que no es rentable para compañías de tamaño pequeño o mediano que no desarrollen procesos de gran complejidad.

Mucho peor opción es la que adoptan algunas empresas cuando llega el momento de conectar pequeñas subsidiarias a su ERP central. Cuando optan por conservar sistemas de distintos fabricantes, o incluso desarrollos propios, lo cual no es una alternativa eficiente a esta situación ya que impiden la administración centra-



lizada y el mantenimiento, y dificultan las modificaciones del sistema, siendo estas dependientes del soporte local.

Desde el punto de vista de la empresa subsidiaria, SAP Business ByDesign reportaría como para cualquier mediana empresa, grandes beneficios. Muchos de ellos asociados a la tecnología Cloud, como son:

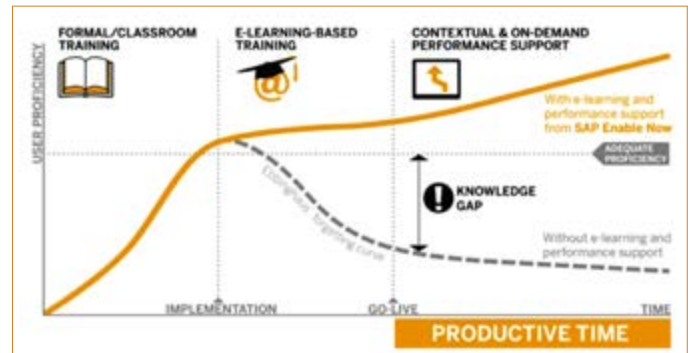
- El acceso a la solución en cualquier momento y a través de cualquier dispositivo móvil.
- La menor inversión inicial, pasando de un modelo de compra a uno de suscripción.
- La no necesidad de adquisición ni engorrosos mantenimientos de sistemas.
- Adaptaciones automáticas a nuevos requisitos legales y necesidades de negocio.
- La ausencia de costes ocultos que se desvíen del presupuesto inicial.
- Los máximos estándares de seguridad para la protección del dato.
- Una interfaz atractiva y amigable para el usuario.
- Atención plena del equipo de soporte de SAP 24 horas al día, 7 días a la semana.

En resumen, nos permitiría centrar nuestra atención en desarrollar la empresa subsidiaria evitando preocupaciones innecesarias que no sean parte del negocio.

### CAPACITACIÓN DEL USUARIO

Una vez elegido el mejor sistema para la gestión de la empresa subsidiaria, todavía tenemos por delante el reto del usuario final, sin el cual es imposible garantizar el éxito de una nueva implantación. Los datos hablan por si mismos:

- El 70% de todos los proyectos de implantación fallidos es causado por una pobre adopción de los usuarios.
- El 50% de las funcionalidades licenciadas no son adoptadas por los usuarios.
- El 30% de los problemas de performance son causados por comportamiento del usuario.



- Los usuarios mal entrenados multiplican por 5 los costes de soporte.

Habiendo hecho una correcta formación, ¿por qué ocurre esto? Podemos explicarlo fácilmente a través de la curva del olvido de Ebbinghaus. La cual explica como el 50% del conocimiento adquirido se pierde en unos días o semanas si este no se repasa.

Para evitar este fenómeno, desde i3s ponemos a disposición de nuestros clientes, SAP Enable Now. Una solución que permite la creación automática y la distribución amigable de documentación en múltiples formatos, desde manuales de usuario, simulaciones y scripts de prueba hasta documentos de e-learning. Todo ello a través de una sencilla grabación de una transacción o proceso completo. Lo que permite al usuario practicar de forma autónoma lo aprendido, hasta que el conocimiento quede consolidado.

Como vemos en el gráfico, a través de esta estrategia, no solo se evita la pérdida de conocimiento, sino que este aumenta de manera progresiva, una vez acabada la fase de formación presencial.

Resumiendo, antes de lanzarse a un complejo roll out o una nueva implantación para una nueva empresa subsidiaria o Joint Venture, es estratégico estudiar alternativas al clásico roll out en el que se opta por realizar una extensión del sistema existente. Aunque a priori pueda parecer que no, la implantación puede ser más rápida y eficiente, y el sistema acabará por reportar mayores beneficios tanto a la empresa subsidiaria como a la central.





**José Manuel Fernández**  
Socio Director

**integra**

# Integra gestiona tu nómina con SuccessFactors Employee Central Payroll

A la hora de optimizar el proceso de nómina, muchas empresas se encuentran ante una barrera de entrada asociada al coste de la migración a una plataforma líder que ofrezca garantías suficientes. Terminan por tirar la toalla renunciando a esa optimización. Integra le ofrece la solución, poniendo a su alcance la plataforma líder de mercado (SAP-SuccessFactors), por un coste reducido vía un modelo de nómina gestionada.

Gracias a un modelo de servicio y unos templates estandarizados, Integra consigue ofrecer la nómina gestionada sobre la base de SAP-SuccessFactors por unos costes muy asequibles. El modelo propuesto por Integra se basa en las herramientas SAP-SuccessFactors:

- **Employee Central** como herramienta compartida de gestión de posiciones, altas, bajas, cambios y autoservicio del empleado (datos personales, beneficios sociales, tiempos y ausencias, etc.).
- **Employee Central Payroll** para la gestión de nómina integrada con Employee Central y con el Payroll Control Center, que permite monitorizar el proceso y una comunicación en tiempo real.

Haciendo uso de SAP-SuccessFactors como plataforma central de comunicación con el cliente y en base a un reparto claro de roles y responsabilidades, el proceso de administración de personal y nómina se estructura de la siguiente forma:

## UN MODELO BASADO EN OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS

Muchos de nuestros clientes se sorprenden de que el coste de la nómina gestionada de Integra les resulta similar o incluso inferior al de proveedores de nómina más "industriales", que no ofrecen la in-



tegración y el valor añadido que ofrece nuestro modelo. El motivo radica en la optimización y en la integración de procesos internos con procesos externalizados, que a la postre permite reducir la carga de trabajo administrativa asociada al proceso, y por ende su coste. En el siguiente gráfico se realiza una comparación entre el modelo propuesto por Integra y un modelo tradicional de BPO:

## PROCESOS Y TECNOLOGÍA SAP-SUCCESSFACTORS

En paralelo con el camino de optimización de procesos de negocio, el uso de la tecnología es clave para conseguir la reducción de costes perseguida. Por ello, Integra aboga por ofrecer sus servicios basándose en la aplicación de clase mundial SAP-SuccessFactors Employee Central Payroll, que ofrece las garantías siguientes:

## Nómina gestionada

### Un modelo optimizado e integrado...

- Apoyo en todas las fases del proyecto (reingeniería, transición y operación).
- Con procesos totalmente integrados via Employee Central (altas, bajas, cambios, etc.).
- Con un enfoque constante de optimización y automatización de procesos.
- Con una carga de trabajo reducida del cliente.
- Con un modelo escalable y transferible.
- Con un modelo de Transformación Digital.

### ... con un Riesgo de Cambio bajo control!

- Basado en un estándar de mercado como SAP-SuccessFactors.
- Sin integraciones ni interfaces con las aplicaciones del cliente (modelo integrado).
- Manteniendo el control sobre Procedimientos y Datos.
- Reduciendo los costes ocultos (errores de comunicación, integraciones, etc.).
- Acceso a información en tiempo real.

## Modelo BPO tradicional

### Un modelo que aporta poco valor...

- Transición estándar sin integración de procesos con el cliente (mera carga de datos).
- Implica mayor responsabilidad del cliente en la administración de personal.
- Con un modelo de poco valor que no se adapta a los procesos del cliente.
- Con una carga administrativa importante del lado del cliente.
- Con una visión puramente táctica.

### ... y una caja negra.

- Basado en soluciones de segundo nivel o propietarias que no permiten transición.
- Integraciones puramente manuales con aplicaciones financieras, de talento y otras.
- Implica una pérdida de control total sobre el proceso de nómina, y los datos del cliente.
- Costes ocultos importantes (errores de comunicación, integraciones, etc.).
- Sin acceso a la información (bajo demanda).

- Solución robusta y segura.
- Solución automatizada para procesos eficientes.
- Solución con procesos en modo de autoservicio transparentes e integrados.
- Con una cobertura legal completa, y una actualización rápida y eficaz de las modificaciones legales.
- Reduciendo los costes ocultos (errores de comunicación, integraciones, etc.).
- Reduciendo el número de integraciones e interfaces.



## SAP-SUCCESSFACTORS COMO BASE PARA LA GESTIÓN DEL TALENTO

Además de la administración de personal, la plataforma implementada permite la gestión de todo el proceso de talento de forma totalmente integrada, en base a un a única base de datos centralizada: Employee Central.

## INTEGRA, TU SOCIO DE NEGOCIO CON UN COMPROMISO CLARO HACIA RESULTADOS

Integra se compromete con sus clientes como un socio de negocio, haciendo suyos los objetivos del cliente, con un plan concreto de mejora continua y reducción de costes:

- Apoyando a sus clientes en todas las fases del proyecto (preparación y diseño, reingeniería de procesos y políticas, transición y operación).
- Con un enfoque personalizado y a medida (con la posibilidad incluso de externalizar solo una parte del proceso de negocio, e incrementar el nivel de externalización de forma paulatina).
- Con un enfoque constante de optimización y automatización de procesos y políticas.
- Con procesos totalmente integrados (altas, bajas, cambios, con-tabilización, etc.).

- Manteniendo el control del cliente sobre Procedimientos y Datos.
- Con un modelo escalable y transferible.

## EL PESO DEL FOCO Y DE LA EXPERIENCIA

Nuestros 15 años de experiencia en proyectos HCM nos permiten ofrecer todas las garantías de éxito en el camino hacia la externalización, que incluye:

- Una metodología propia fruto de nuestra experiencia.
- Una base de conocimiento inigualable de las mejores prácticas del servicio de gestión de la nómina.
- Un equipo especializado con experiencias en múltiples clientes,
- Herramientas de productividad específicas para el servicio de gestión de la nómina.
- Herramientas de gestión y control del servicio, como el Payroll Control Center que permite monitorizar en todo momento el estado de cada proceso.
- Entregables específicos de valor (informes, reportes, dashboard, etc.).

**Para más información sobre nuestros servicios:**  
[bpo@integra-soluciones.net](mailto:bpo@integra-soluciones.net)



**Mª Ángeles Izquierdo Fernández**  
Cloud Software Engineer

linke

# Cómo impulsar tu negocio con IoT y la nube

Internet de las Cosas (IoT) ya está revolucionando nuestras casas y negocios, con la denominada Industria 4.0 (IIoT). Con los servicios especializados que nos ofrecen los proveedores de computación en la nube es más fácil que nunca construir ecosistemas de Internet de las Cosas, gestionarlos y enriquecerlos aplicando Big Data y Machine Learning que aportarán valor real tanto a productos como a servicios.

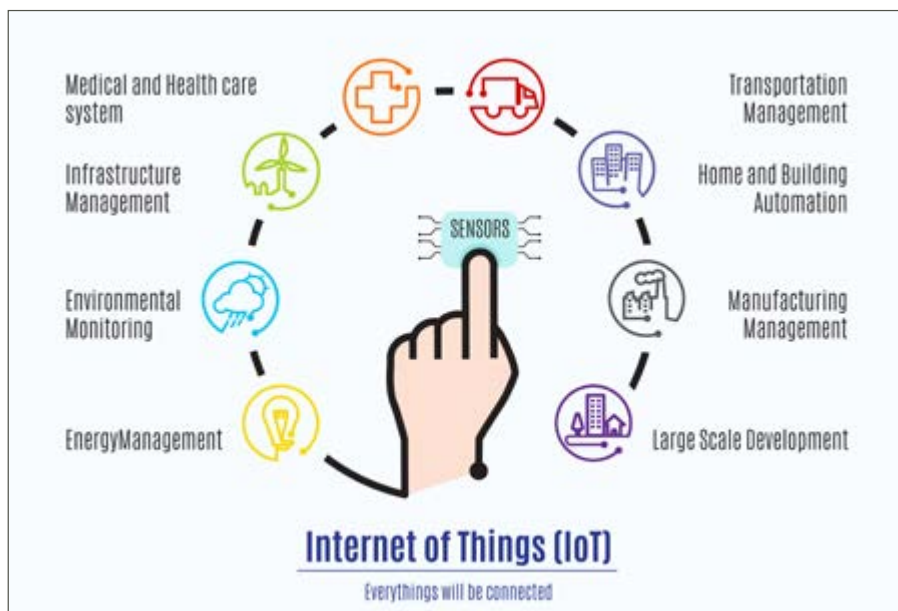
Los beneficios obtenidos mediante la integración de Internet de las Cosas en servicios y productos son ampliamente conocidos hoy en día. Se consigue el control remoto y centralizado de millones de dispositivos, el mantenimiento preventivo de instalaciones y máquinas, la automatización de procesos que repercute en una reducción de costes y errores y se obtienen datos en tiempo real para su posterior explotación.

Una empresa que desee iniciarse en este mundo empieza por idear qué tipo de datos se pueden medir o qué pequeñas acciones pueden realizar dispositivos electrónicos en su proceso de negocio; como por ejemplo medir la temperatura de un producto, si hay corriente eléctrica o magnética en las máquinas, contar la cantidad de piezas que pasan por una cinta, medir el peso de las unidades, o activar el paso de electricidad por un circuito. Lo siguiente es explorar los sensores y microcontroladores existentes en el mercado que cumplan las funciones anteriormente pensadas. Hay dos tipos de dispositivos: los que ya poseen la capacidad de conectarse a Internet y transmitir datos y los que son sensores simplemente; ambos son válidos para construir un sistema de Internet de las Cosas, ya que los segundos pueden enviar los datos mediante la conexión a ordenadores de placa reducida, como Raspberry Pi o Arduino que, mediante un pequeño desarrollo de código y la conexión a la red será capaz de enviar los datos a la aplicación principal. Una vez los datos de los sensores se hayan recopilado en una fuente de datos común, se normalizarán y será posible actuar sobre ellos y explotarlos con aplicaciones desarrolladas a

medida y potenciadas por servicios especializados en explotación masiva de datos e inteligencia artificial.

## ACTUALES LÍDERES DEL MERCADO EN IoT

Actualmente los grandes jugadores del mercado SAP, Amazon Web Services, Microsoft Azure o Cisco entre otros ofrecen ya productos centrados en la gestión de los dispositivos y en el almacenamiento y explotación de los datos que proporcionan. SAP presenta SAP HANA® Cloud Platform para Internet de las Cosas, con productos que permiten el mantenimiento y servicio predictivos, inteligencia de activos in-memory, analíticas de vehículos conectados, integración de datos de sensores y de negocio entre otras funciones. Amazon





Web Services en cambio ofrece sus servicios de manera más unitaria, para facilitar el desarrollo customizado de la solución final; las herramientas de que dispone van desde un sistema operativo para los dispositivos hasta servicios de administración, de securización, de analíticas de datos o de auto-configuración de dispositivos. Microsoft dispone de Azure IoT, una solución integral compuesta por un conjunto de herramientas que permiten desde la conexión, supervisión y administración de forma segura de millones de dispositivos hasta el análisis de datos mediante Inteligencia Artificial. Todos los proveedores ofrecen un Kit de desarrollo de software (SDK) e Interfaces de programación (API) para facilitar la integración de estos servicios con nuevos desarrollos de aplicaciones.

### IoT APLICADO AL SECTOR DEL AUTOMÓVIL

Un claro ejemplo de un ecosistema ideal para Internet de las Cosas es una planta de control de calidad de una empresa automovilística con fábricas en varios países. Cada una de las fábricas está equipada con sensores en los diferentes puntos de la cadena de montaje con capacidad de enviar datos a un sistema central. Este sistema central se dedica a monitorizar el estado de las plantas en tiempo real, y de generar informes periódicos con los datos más relevantes para conocer el rendimiento de las plantas. Además, se ha construido un sistema potenciado con inteligencia artificial que analiza las ventas de los modelos y actúa sobre la línea de producción para satisfacer la demanda en todo momento, aumentando o reduciendo la cantidad de producto en tiempo real.

Para conseguir este entorno, se parte del análisis de los procesos de negocio, y se extrae un listado de requisitos, como por ejemplo la necesidad de monitorizar en tiempo real y de manera unificada el estado de las diversas plantas de fabricación repartidas por los diferentes países. Se eligen indicadores clave para identificar el estado de la producción en las cadenas de montaje y qué tipo de sensores o microcontroladores son adecuados para proporcionar los datos: medidores de corriente eléctrica, de peso,

sensores de infrarrojos, conmutadores e incluso cámaras para realizar reconocimiento de imagen que permita verificar el estado correcto del producto en producción.

### SERVICIOS DE AWS PARA IoT

Una vez se dispone de las herramientas de captación de datos, se procede a la configuración de los mismos para transmitir los datos; esta operación se puede llevar a cabo con **AWS IoT Device Management**, el servicio que nos permitirá registrar los miles de dispositivos y asignarles permisos de acceso restringidos a la plataforma. A la vez activaremos **AWS Device Defender**, para realizar auditorías activas de los permisos y los accesos de los dispositivos, y así securizar la flota entera. Los datos recogidos en tiempo real se pueden absorber en la plataforma mediante un servicio de streaming de gran capacidad, como **Amazon Kinesis**, que nos ayudará a no colapsar la entrada de datos al sistema de almacenamiento, que puede ser una base de datos en memoria como SAP HANA o un almacenamiento más estático como **Amazon Simple Storage Service (S3)**. Ambos tipos de almacenamiento ofrecen claras ventajas en cuanto al rendimiento y a la integración con otros servicios de análisis y reducción de datos, como productos sofisticados como **Amazon EMR** o con el desarrollo de funciones a medida con **AWS Lambda**. Los datos analizados pueden servir para generar dashboards web en tiempo real con SAPUI5 capaces de interactuar con los dispositivos, con la ventaja de que gestionan automáticamente la lectura de la base de datos SAP HANA.

Este planteamiento es sólo una de las múltiples posibilidades de implementación para el mismo escenario. Internet de las Cosas seguirá en expansión los próximos años y se convertirá en un factor clave para la competitividad de las empresas. Gracias a la variedad de proveedores y dispositivos que ya hay hoy en día, es posible adaptarse a casi cualquier tipo de negocio o servicio y conseguir tanto una mejor ventaja competitiva como la optimización de los procesos de negocio.



**Julio Insa**  
SAP Business Architect para Consumer Industries



# La Revolución del Consumidor. ¿Dónde está su compañía?

Las empresas del sector consumo se enfrentan a cambios excepcionales en la forma en que interactúan con sus clientes y consumidores. Tanto en compañías de productos de consumo, retail, o distribución mayorista, hay dos tendencias ampliamente consolidadas. En primer lugar, los consumidores tienen mayor poder de influencia y mayores expectativas. En segundo lugar, las tecnologías digitales, en gran parte aun sin explotar, tienen el potencial de permitir nuevas capacidades para satisfacer mejor las necesidades de los clientes.

Para las empresas del sector consumo, el Internet de las Cosas (IoT), abre un amplio abanico de nuevas oportunidades. Estas industrias tienen un objetivo y un reto compartido: ser capaces de crear y ofrecer experiencias atractivas a consumidores finales y / o clientes a gran escala. En parte, las empresas alcanzarán este objetivo y responderán a este desafío desarrollando estrategias de transformación digital. Estas estrategias habilitan nuevas capacidades potencialmente disruptivas con una amplia gama de tecnologías. En este sentido, IoT, definida como una red de redes de nodos terminales identificables de manera única (o "cosas") que se comunican sin interacción humana mediante conectividad IP, es una tecnología fundamental para la transformación digital.

El consumidor digital está cambiando todo, interactuando con las empresas de consumo de una manera única, y exigiendo experiencias mucho más personalizadas e inmediatas, incluso con productos y marcas que han existido desde hace décadas.

También sus expectativas, por lo que solo aquellas compañías que pueden interactuar con cada consumidor individualmente, para construir relaciones a largo plazo que sean personales y relevantes podrá perdurar. Por ello es fundamental tomar las decisiones tecnológicas adecuadas ahora, teniendo en cuenta las siguientes prioridades tecnológicas:

- Recoger datos de consumidores y de mercado de una mayor variedad de fuentes de datos
- Hacer uso en tiempo real del Big Data para la toma de decisiones
- Uso de tecnologías de sensorización e IoT para ayudar a enriquecer las experiencias del consumidor; Diversos informes apuntan que en 2020 habrá 30.000 millones de dispositivos conectados.

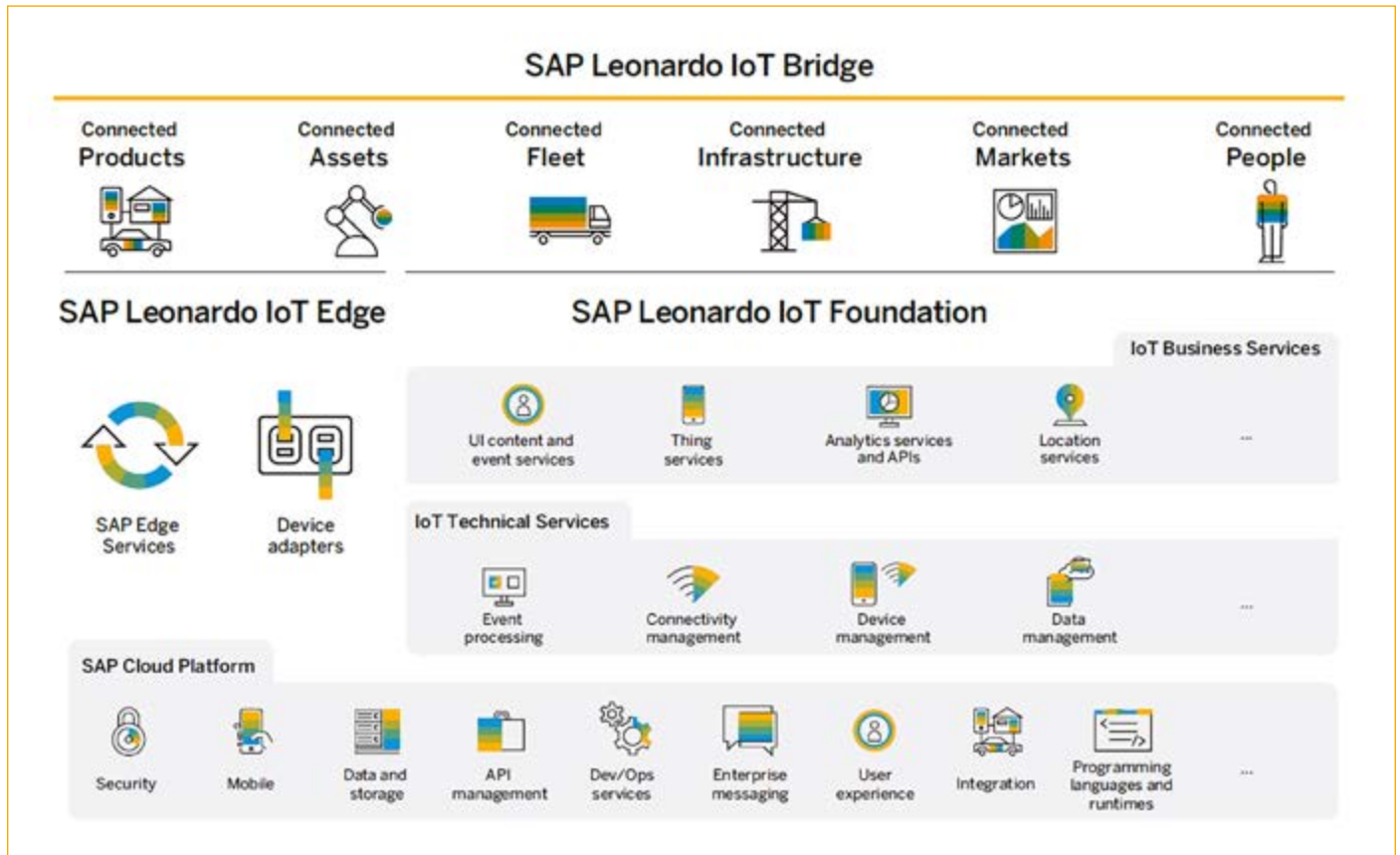
El objetivo de digitalización en las empresas de consumo ha de ser la capacidad de crear y ofrecer experiencias atractivas al con-

sumidor final/cliente que sean personalizadas y relevantes. No es suficiente satisfacer las necesidades de segmentos masivos de consumidores; también es necesario cumplir y superar las necesidades de los consumidores individuales. La excelencia en la innovación es primordial: el foco de las iniciativas de innovación se centrará en el éxito en la introducción de nuevos productos, y la capacidad de la cadena de suministro para gestionar diferentes modelos de interacción. Las expectativas de consumidores y clientes hacen necesarias estrategias orientadas a la personalización. El éxito en la implementación y la eficacia determinarán la rentabilidad y la diferenciación competitiva.

En este contexto, IoT se está convirtiendo en una estrategia cada vez más relevante para gestionar procesos de negocio orientados al consumidor y están diseñados para atraerlos de manera efectiva a lo largo de su experiencia vital y mejorar las capacidades subyacentes que sustentan esta experiencia.

Durante la próxima década, el 90% del crecimiento en la industria del sector consumo será capturado por las compañías que se relacionen exitosamente directamente con el consumidor. Los consumidores de hoy tienen el control. Las empresas que descubran la mejor forma de interactuar con estos consumidores y clientes serán las que acaparen mayor cuota de crecimiento. Y, a medida que los consumidores más antiguos y tradicionales den paso a los nativos digitales, el "problema" simplemente empeorará, puesto que estos nuevos consumidores sabrán aprovechar mejor las nuevas tecnologías y enfoques.

Algunas capacidades que facilita IoT son evolutivas, proporcionando una mejor eficiencia o efectividad en los procesos de negocio. Por ejemplo, la capacidad de recoger datos del estado de activos en tiempo real, o gestionar el inventario de neveras / máquinas vending. Otros desarrollos de IoT son revolucionarios, contribuyendo a que una empresa redefina su negocio principal o



la forma en que se relaciona con el consumidor. Ejemplos de este tipo podrían ser ofrecer servicios experimentales relacionados con el producto o interactuar con consumidores en tiempo real en el punto de consumo. En cualquiera de los casos, IoT está preparado para cambiar drásticamente la forma en que las empresas del sector del consumo y sus clientes y consumidores interactúan.

IoT está permitiendo a las organizaciones reinventar cómo interactúan con sus clientes y consumidores, ayudando a acelerar la velocidad a la que entregan sus productos y servicios. Es un elemento clave que impulsa la transformación digital a través de la generación, análisis y respuesta de datos derivados del uso de dispositivos conectados que aportan inteligencia significativa para la empresa. En la actualidad, las principales empresas orientadas al consumidor final reconocen que IoT es un componente clave de la transformación digital.

Las empresas del sector consumo están empleando dispositivos conectados, así como tecnologías cloud y analíticas para recopilar datos en tiempo real de proveedores, fábricas, productos y clientes. Esta información facilita la monitorización de activos críticos, equipos, procesos y parámetros del producto. Las empresas también están utilizando IoT para crear redes de suministro conectadas que realizan un seguimiento de envíos entrantes y salientes. Este seguimiento simplifica la logística, así como el enrutamiento del transporte.

El objetivo de digitalización en las empresas de consumo ha de ser la capacidad de crear y ofrecer experiencias atractivas al consumidor final/cliente que sean personalizadas y relevantes.

Para los retailers, la recopilación de datos generados por IoT a partir de las interacciones con clientes, historiales de compra y ubicaciones dentro de las tiendas permite la entrega de productos y servicios personalizados. También usan IoT para obtener acceso en tiempo real a historiales de inventario, producción y envío, mitigar errores manuales y mejorar los procedimientos de control de calidad. Incluso la industria agrícola está empleando IoT para mejorar notablemente las operaciones, a nivel de trazabilidad del ganado, predicción del rendimiento de los cultivos, monitorización de los parámetros del suelo y agilizando los procesos de producción.

A medida que más empresas comiencen a explorar las formas en que IoT puede transformar sus modelos operativos, áreas funcionales o incluso procesos comerciales específicos, los responsables de IT y de áreas funcionales actuarán con rapidez en oportunidades que les puede ofrecer a sus organizaciones. Para ponerse en marcha y tener éxito en sus proyectos de Internet de las cosas, se deben replantear las estrategias de interacción con los consumidores finales y clientes e identificar la inversión de las distintas áreas de la empresa, que deben colaborar para definir escenarios prácticos donde los dispositivos conectados y los datos generados por IoT puedan crear valor vinculadas a las necesidades específicas del negocio, como productos, procesos o experiencia del cliente.



**Marta Roca**  
Directora Estrategia Cloud, Seidor



## LAS CLAVES DEL CLOUD

# Descubre las ventajas de migrar tu negocio a la nube

La transformación digital de las empresas es un hecho y una realidad, y una de las consecuencias directas de esta transformación es la operativa en la nube. El Cloud se ha convertido en algo casi imprescindible para todas las empresas. La economía digital ha facilitado el cambio en la forma de trabajar de las empresas, tanto en las relaciones con sus clientes y proveedores como en las que establecen con sus propios empleados.

En este contexto de transformación y cambio, ¿qué impulsa a las organizaciones a “subirse a la nube”? Uno de los motivos principales es el ahorro de costes; lo que supone una importante ventaja, no solo para pequeñas y medianas empresas, sino también para grandes corporaciones. Y es que el hecho de no precisar de infraestructuras propias ni de inversión, tanto en software como en hardware, genera una mayor eficiencia.

Pero esta no es la única ventaja del Cloud; la movilidad es otro de los puntos fuertes de la migración a la nube. En el momento en el que se migra una infraestructura, cualquier trabajador puede tener acceso a la información desde cualquier punto, lo cual supone un gran avance para poder trabajar desde cualquier lugar promoviendo, así, la flexibilidad laboral y aumentando la productividad. Además, con este sistema se promueven políticas empresariales como el BYOD (Bring-Your-Own-Device), con cierto auge en empresas avanzadas en el uso de Cloud, que consiste en el uso de los dispositivos propios de los empleados para acceder a recursos de la empresa. Aunque su uso es cada vez más extendido, hay que tener en cuenta que estas políticas requieren tomar medidas extremas de seguridad para evitar fugas o la propagación de malware en la red corporativa.

Otra ventaja a tener en cuenta es la flexibilidad en la contratación; al tratarse de un sistema de pago por uso, solamente se

retribuye por los servicios que la empresa requiera. Este fenómeno flexibiliza la capacidad de actuación de la empresa, ampliando o limitando los servicios de forma on-line y con un solo clic.

La operativa en la nube, transforma la capacidad operativa de la empresa, simplificando el requerimiento de infraestructura y pudiéndose adaptar a las necesidades de cada momento, hecho impensable unos años atrás.

Asimismo, el uso de tecnología Cloud genera un valor estratégico intrínseco en aquellas empresas que la utilizan ya que significa que son compañías más ágiles que la competencia, capaces de adaptarse a las últimas tecnologías de forma fácil y segura, promoviendo la colaboración y la optimización del trabajo, teniendo acceso a los equipos desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Algunos de los clientes de Seidor ya están experimentando las ventajas de la implementación de tecnologías Cloud con las que han mejorado muchos aspectos de su operativa diaria. Es el caso, por ejemplo, de Frigicoll, empresa especializada en frío industrial, climatización, refrigeración, electrodomésticos, hostelería y transporte refrigerado, donde implantamos SAP CRM en la nube. Esta implantación en el Cloud ha supuesto una mayor eficiencia del equipo comercial –quienes requieren de acceso a la información







desde cualquier dispositivo y en cualquier momento-, destacando funcionalidades como la gestión de la agenda o los KPIs de seguimiento de objetivos y de cartera, entre otros. Estas ventajas han permitido a la dirección comercial tomar decisiones en tiempo real en base a la información obtenida.

Otro de los ejemplos es CAPSA FOOD, corporación alimentaria donde implantamos la solución en la nube de SAP ARIBA Sourcing para la gestión de proveedores y abastecimiento que les ha permitido agregar y segmentar las compras, obtener visibilidad y ahorros en el proceso, así como asegurar que los ahorros negociados se logran por completo.

### ¿QUÉ HAY QUE TENER EN CUENTA PARA SUBIR AL CLOUD?

Antes de tomar la decisión de subir a la nube es necesario considerar algunos aspectos relevantes. Si bien es cierto que existe una corriente de opinión que considera que con las infraestructuras en la nube se puede llegar a perder el control de los datos de la compañía, lo cierto es que existe el mismo riesgo de perder datos sin este tipo de infraestructuras. Es más, este sistema es mucho más seguro ya que se puede tener un total control del acceso a la información, determinar desde dónde se conecta, qué usuario y a qué información accede.

Otro de los caballos de batalla a la hora de hacer el salto al Cloud es la resistencia al cambio. Existe una corriente generalizada que se basa en pensar que, si hasta ahora todo funciona, ¿para qué implementar cambios? La respuesta es muy sencilla; está demostrado que sólo aquellas empresas capaces de afrontar procesos de cambio aumentan su eficiencia y, en consecuencia, su productividad, aumentando la felicidad de sus empleados y consiguiendo mejores resultados. Lo importante es adaptar el cambio al momento en el que se encuentra la compañía y crear un plan de acción con el que toda la compañía confluya; sólo así será un proceso fácil y llevadero.

Para concluir, la clave para la migración de nuestra infraestructura a la nube es encontrar el momento adecuado, teniendo claro el motivo y el objetivo. A partir de este momento, hay que desarrollar el plan de acción y las fases de implementación para asegurar el éxito del proyecto.

Si aún te quedan dudas y no tienes claro por dónde empezar, en Seidor podemos ayudarte a detectar las principales ventajas de implantar la infraestructura Cloud en tu organización y obtener resultados de forma rápida y sencilla. Tenemos una dilatada experiencia y claros casos de éxito y sabemos por dónde empezar, confía en nosotros y en tu compañía, el tándem perfecto para optimizar tus resultados.



**Manuel Torres**  
Manager de Innovación. AI - Machine Learning.  
Rhinno Rooms en Techedge



*Inspiring Trust. Globally.*

# Inteligencia Artificial en modelos digitales



A la hora de enfrentarse a la integración de la Inteligencia Artificial (IA) y del aprendizaje automático, muchas organizaciones se encuentran con un mundo todavía sin definir claramente. En muchos casos, no está claro por dónde empezar, cómo afrontar la inclusión de la Inteligencia Artificial en los procesos digitales o ni siquiera si es posible y tiene sentido hacerlo.

En pocos años, la IA va a estar presente en la optimización de casi todos los procesos de negocio. Ya se dispone de suficientes datos y de procesadores lo suficientemente rápidos para mejorar los algoritmos de entrenamiento y las topologías de red de los sistemas de aprendizaje automático.

Las redes empleadas son cada vez más profundas, lo que permite que las capas intermedias extraigan información de los datos, encontrando patrones y características subyacentes en los datos sin necesidad de definir esas características previamente. Las redes no sólo aprenden a generalizar a partir de los datos, sino que aprenden en qué fijarse de esos datos a la hora de generalizar.

## **DISTINTOS NIVELES DE AUTOMATIZACIÓN**

Los proyectos que se pueden abordar mediante IA son muy diversos y abarcan casi todos los procesos de negocio, lo que hace más difícil detectarlos. En general, la aplicación de IA nos va a permitir aumentar la automatización de nuestros procesos en distintos niveles:

En principio, y de manera más sencilla, podremos automatizar tareas repetitivas, basándonos en los datos históricos que tengamos. A la hora de abordar estos proyectos, es mucho más importante disponer de un número elevado de ejemplos que la complejidad de la tarea en sí.

Como ejemplo de estos casos tenemos el de SAP Cash Application, que permite corresponder facturas abiertas con pagos bancarios de manera automática.

El siguiente nivel de automatización nos permitirá encontrar relaciones entre datos a escala masiva, de manera que podamos encontrar relaciones no detectadas a simple vista. En estos proyectos, es importante disponer de conocimiento del proceso, ya que la cantidad y la calidad de los datos que podamos utilizar influye directamente en el resultado. Es importante incluir datos que a primera vista no tengan relación con el problema pero que puedan influir en él de manera secundaria.

Los proyectos de mantenimiento predictivo avanzado son un ejemplo de este tipo, donde el histórico de funcionamiento y fallos de los equipos permiten realizar predicciones cada vez más avanzadas. En estos proyectos los sistemas tienen en cuenta datos secundarios como la frecuencia del sonido de las máquinas o el consumo eléctrico, detectando relaciones entre estos y los fallos.

Otros sistemas capaces de explotar las relaciones masivas entre datos son los sistemas de recomendaciones, donde el cruce de datos de productos y usuarios permite realizar recomendaciones cada vez más refinadas.

En los casos más avanzados nos encontramos con sistemas inteligentes capaces de extraer información de los datos no estructurados, como texto, voz o imágenes permitiendo automatizar procesos que hasta ahora requerían de intervención humana en gran escala o muy especializada. En algunos casos, se puede llegar a sustituir la intervención humana; y en otros, podremos disponer de asistentes expertos que permitan a los especialistas trabajar con más precisión.

Los Chatbots son un ejemplo de estos sistemas, en los que el análisis del lenguaje natural y el reconocimiento de voz permiten interactuar con usuarios y clientes de manera masiva y mediante interacciones más naturales.

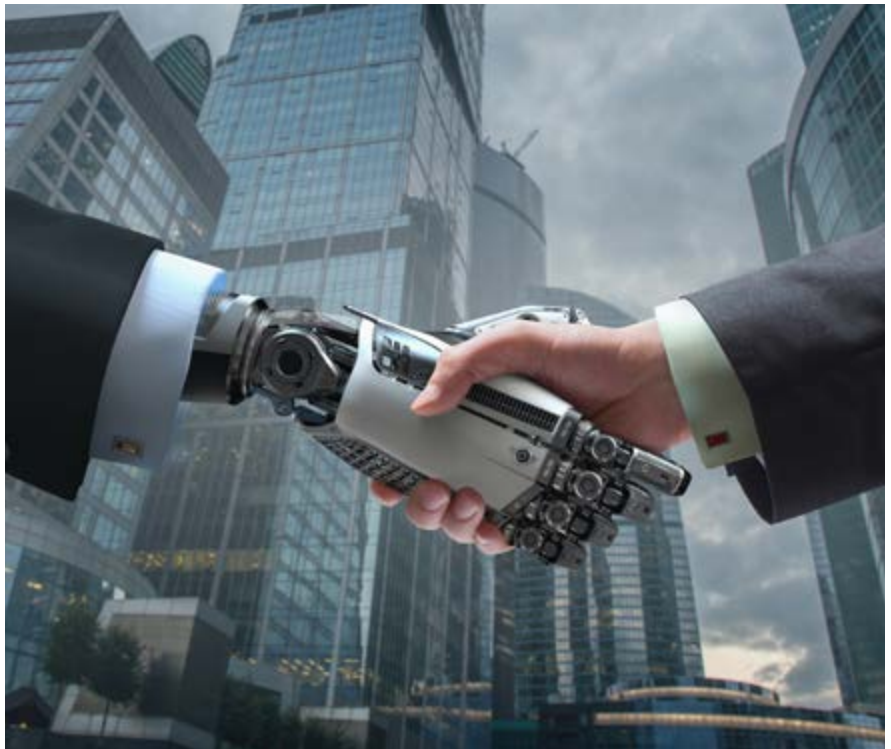
El análisis del impacto de campañas de marketing es otro de los campos de aplicación de estos sistemas, que son capaces de detectar el sentimiento de los comentarios que genera en redes sociales la campaña.

El análisis de vídeo permite aplicaciones como SAP Brand Impact, que analiza automáticamente las apariciones de logotipos en un vídeo (por ejemplo, de un evento deportivo) y desglosa el tiempo y el espacio de pantalla ocupado por marca. Tareas que antes llevaban horas de atención humana, ahora se realizan de manera automática en tiempo casi real.

### **DISTINTOS NIVELES DE CONOCIMIENTO NECESARIO**

En los ejemplos que hemos ido mencionando, hemos visto desde productos terminados (SAP Cash Application) a sistemas que utilizan IA de manera puntual (análisis de sentimiento) hasta sistemas a medida muy adaptados al problema (mantenimiento predictivo avanzado). Todos ellos utilizan IA, pero los perfiles para aplicarlos no son los mismos.

De la misma manera que hace tiempo que no necesitamos diseñar los ordenadores que utilizamos para las tareas ni tener un



experto en diseño de hardware en plantilla, los mayores actores como Google, Amazon, IBM, Microsoft o SAP tienen un catálogo de aplicaciones que se pueden utilizar directamente o que se pueden invocar desde nuestras aplicaciones. Casi todos ellos disponen de APIs para análisis de lenguaje, de sentimiento, reconocimiento de voz, imágenes y vídeo, predicción de series e incluso para tareas más especializadas.

Desde el punto de vista del negocio es más importante conocer bien el proceso y saber cuáles son los puntos por optimizar que disponer de expertos en IA que puedan diseñar los algoritmos.

Aparecen así nuevas figuras con las que contar en una empresa en transformación digital, como los arquitectos de IA o los entrenadores de sistemas.

### **ARQUITECTOS DE IA**

Definen cuáles son las herramientas adecuadas para cada uno de los problemas y la manera de utilizarlas. Deben conocer las APIs y modelos ya existentes, poder definir modelos de IA nuevos en cuanto a su arquitectura general y poder dar indicaciones sobre cómo entrenarlos y ser capaces de integrar el sistema dentro de los procesos actuales.

### **ENTRENADORES**

Se encargan del entrenamiento de los modelos de Machine Learning, son capaces de realizar la preparación de datos, la elección de modelos, topologías y algoritmos de entrenamiento y la optimización del entrenamiento. Además, deben ser capaces de llevar a cabo una prueba de concepto completa y de apoyar en la puesta en producción, realizando el diseño de API y la arquitectura de datos del sistema.

No todos los proyectos necesitarán de este tipo de roles, ni todas las organizaciones deben disponer de estos roles en plantilla. Lo importante es saber qué tipo de proyecto debemos abordar y saber dónde encontrar la ayuda necesaria y los perfiles adecuados para llevarlos a cabo.



**Luis Miguel Sanz de Pablos**  
SAP Technology Manager



# SAP Leonardo BlockChain, la transformación de las transacciones digitales

No hay probablemente ningún otro tema en la industria de IT que genere tanta controversia en estos días como BlockChain, (Tecnología de Libros Contables Distribuidos en su traducción al Castellano). De hecho, hay corrientes que piensan que BlockChain es la mayor revolución desde los albores de Internet. No obstante, como no podía ser de otra forma hay otras mismas corrientes que lo ven como una pérdida exagerada de recursos sin aplicaciones prácticas. Lo que es un hecho contrastable y cierto es que todo el mundo parece estar hablando de ello.

Pues bien, BlockChain es un concepto tecnológico, mientras que Bitcoin es una implementación de ese concepto. Si hacemos una definición simple y básica, BlockChain, es una forma de almacenar la información mediante una "cadena de bloques", que se registran a través de una red peer-to-peer de nodos controlados independientemente. Cada participante de esta red tiene una copia y acceso instantáneo a todos los datos y – al menos en BlockChains públicos – es igual a todos los demás participantes. No existe una autoridad central que apruebe o rechace las transacciones que se registran en esa Cadena de Bloques, pero el consenso acerca de la "una verdad" se logra algorítmicamente. Una vez que se ha almacenado una transacción en dicha cadena de bloques y se logra el consenso, se asegura criptográficamente, lo que hace inherentemente imposible manipular dicha información o al menos muy poco probable debido a la ingente cantidad de recursos que serían necesarios para alterar todos y cada uno de los nodos replicados en esa cadena de bloques.

Por lo tanto y de una manera muy resumida, podríamos decir que BlockChain es un concepto tecnológico basado en tecnologías estructuradas dentro de un sistema encriptado, proporcionando de esta forma a los usuarios involucrados, protección de sus identidades y de los datos de sus transacciones digitales.

Como consecuencia de este nuevo concepto tecnológico, que puede ser por unos catalogado como revolución y por otros como pérdida de tiempo, se abre un nuevo paradigma tecnológico y el reto está en buscar una aplicación de negocio, es decir, casos de uso sobre este nuevo paradigma.

Por ello es muy importante tener en cuenta el contexto en el que estamos actualmente. Cada día que pasa, el volumen de dispositivos conectados y transacciones digitales aumenta, y cada vez, resulta más habitual y cotidiano realizar transacciones desde estos dispositivos. Incluso los propios usuarios, tienen la capacidad de automatizar transacciones, que hace apenas 5 años, no estaba previsto que estuviesen tan interiorizadas en esta nueva mutación de ADN tecnológico.

Se estima que para el año 2020, existan más de 7 billones de usuarios de Smartphone y más de 22 billones de dispositivos de Internet de la Cosas, que realizaran transacciones digitales. (\*)

Con esta realidad que está transformando el mundo de lo Digital y las Comunicaciones, donde hemos pasado de transacciones básicas muy concretas y controladas, ahora resulta que tenemos transacciones con más variables de interacción, que demandan de manera necesaria, que sean transacciones auditables, fiables y altamente seguras. Es por ello que el nuevo paradigma que se plantea con el concepto tecnológico de la Cadena de Bloques, puede plantear una revolución

A tal efecto los principales fabricantes de Software han movido ficha, debido a la gran Revolución que puede plantear este nuevo concepto tecnológico. En el caso de SAP, desde hace muy poco dispone a través de la plataforma SAP Cloud Platform, del servicio SAP Leonardo BlockChain, el cual nos ofrece distintas herramientas y plantillas para realizar esta adaptación de nuestras transacciones digitales y además nos permitirá adaptar aquellas transacciones que estén dentro del ámbito SAP como no podría ser de



otra forma, así como también aquellas que no estén dentro del nuestro mapa de sistemas SAP.

Desde nuestro punto de vista y una vez hemos analizado distintas plataformas, la combinación de SAP Leonardo BlockChain y SAP Cloud Platform BlockChain es una solución muy completa y atractiva para aquellas empresas que tienen que verse inmersas de alguna forma en esta transformación digital y donde se abren nuevos escenarios a través de la tecnología de Cadena de Bloques.

“Hype” o no, la realidad, es que las compañías de IT estamos inmersas en el desarrollo de Pruebas de Concepto y casos de uso, que en nuestro caso pueden ser desplegadas desde la plataforma SAP Cloud Platform y que para clientes con un ecosistema SAP, simplifica este proceso de Transformación Digital debido a la simplificación en la integración y al uso de patrones definidos.

Como no podría ser de otra manera, también hay obstáculos en este camino, pues existe un proceso de cambio de Mentalidad en lo referente al uso de redes públicas para el almacenamiento de la información y que no olvidemos, es uno de los principales principios de BlockChain al no existir una autoridad central que apruebe o rechace las transacciones que se registran en esa Cadena de Bloques.

Se estima que para el año 2020, existan más de 7 billones de usuarios de Smartphone y más de 22 billones de dispositivos de Internet de la Cosas, que realizarán transacciones digitales (\*)

La realidad es que BlockChain está dando que hablar, pues se trata de una realidad donde Bancos y grandes Compañías nacionales e internacionales están invirtiendo en I+D y es una gran noticia para los clientes de SAP de disponer de esta nueva plataforma desarrollada de un punto de vista de SAP que puede ser un gran aliado para la base instalada, así como también para compañías que aunque no ejecuten SAP actualmente que busquen una plataforma respaldada por un gran fabricante como es SAP.

Desde UST Global llevamos ya tiempo trabajando desde nuestra práctica de BlockChain y SAP para industrializar soluciones propias basadas en estas nuevas tecnologías y soluciones. Nuestra corta, igual que para todas las compañías de servicios, pero muy profundo conocimiento y experiencia en BlockChain, nos permite llevar de manera satisfactoria distintos tipos de Soluciones de toda índole al Mercado basada en modelos de consumo de “Pago por Uso”, permitiendo que la nueva transformación digital, necesaria ya para muchas empresas, esté siendo algo más versátil y simple, que hace unos años atrás, cuando cualquier transformación de este calado llevaba un alto impacto para los procesos de negocio y a su vez un alto coste económico con la adquisición de nuevas soluciones.

(\*) Fuentes:

Ericsson 2015, <https://goo.gl/C3pl5t>;

Gartner 2015, <https://goo.gl/rXhetM>;

IDC 2016, <https://goo.gl/jAZkzK>;

ABI Research 2015, <https://goo.gl/44jgX3>



**Helmar Rodriguez Messmer**  
Design Thinker



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

# Sully

*La sabiduría no se aprende, se despliega dentro de la propia conciencia.*

**Sydney Banks**

## EL MILAGRO DEL RÍO HUDSON

El avión había despegado del Aeropuerto LaGuardia a las 3:11 p.m. hora local con 150 pasajeros y cinco tripulantes. Después de menos de dos minutos de vuelo y en plena maniobra de ascenso, a una altura de 850 metros, el Airbus 320 fue impactado de frente por una densa bandada de gansos dañando ambos motores. El comandante Chesley Sullenberger y su copiloto Jeff Skiles comprobaron que ambos motores estaban destrozados y no podían reiniciarse. Informaron a la torre de Control. Transcurridos 208 segundos desde el impacto el avión viró a la izquierda en dirección a dos probables aeropuertos alternativos (el más cercano era Teterboro). El avión perdía altura rápidamente y el capitán tomó la decisión de amerizar sobre el río Hudson, ejecutando una maniobra llamada “ditching” consistente en procurar mantener un descenso constante y en el último instante levantar la nariz del aparato para amerizar suavemente. Así, sus pasajeros fueron rescatados por los barcos y remolcadores del NY Waterway.

## INVESTIGACIÓN

Sully, la película que hemos elegido, se inicia con el accidente y todo el metraje versa sobre la investigación que la National Transportation Safety Board (NTSB) y la Federal Aviation Administration realizaron tras el accidente. Supuso un nuevo desafío para Sullenberger y Skiles ya que se arriesgaban a perder sus licencias, reputación y pensiones si las decisiones tomadas no hubieran sido las adecuadas.

El juicio y la resolución del caso termina con las palabras de la juez instructora, que dijo “quiero añadir una nota personal: puedo decir con total convicción que, tras haber hablado con toda la tripulación, con expertos ornitólogos, con ingenieros de aviación... después de haber analizado todos los posibles escenarios, tras haber entrevistado a todos los jugadores, sólo queda una posible X en el resultado. Y esta X es usted, señor Sullivan. Sacamos la X de la ecuación y las matemáticas fallan. Le sacamos a usted de la ecuación y el milagro no se hubiera producido”.

La compleja sociedad en la que vivimos hace que el escenario que describe la película nos parezca normal, pero no lo es.

¿Es normal que la juez, una persona que no sabe volar, deba discernirlo?, ¿cómo nos puede parecer normal que una persona que no sabe volar un avión revise los procedimientos escritos por quienes no se han visto en la misma situación y, si lo hubieran hecho, la mayoría se habrían estrellado, para juzgar a quienes han demostrado que sabían hacerlo?, ¿qué debería decidir la juez si el piloto los hubiera salvado en contra del protocolo?



Occidente ha idealizado la idea platónica del filósofo juez, que, subido a su pedestal de necio orgullo, comprueba cómo se acercan los pretendientes y decide su grado de participación en la Idea. Se presentan los pretendientes a ser Lo Bello y el filósofo opina sobre quién participa más en la idea de lo Bello. Acuden los pretendientes a ser justos, como las figuras tributarias y el filósofo les sitúa en su orden debido: “Tú eres más justo que aquel pero menos que aquella”. La fascinación por el filósofo juez está trastornando la sociedad y nos remitimos a la justicia, a la Ley hasta cuando los escolares se comportan mal. Las jerarquías de las funciones de pedagogo, de mentor, de maestro quedan sepultadas por la losa del Logos.

Esta ordenación por participación, por emanación es un error. Dijo Gilles Deleuze.

¡Quién tendrá coraje, sino el Coraje! Por eso, preferimos al alcalde de Zalamea y a su Rey que miran al acusado a los ojos y olvidan los protocolos. Que errar lo menos no importa si acertó lo principal.

Pero pensar así es muy desafiante. Nos conduce a apartar por un momento los protocolos, para pensar en lo que es lo principal, y lo más importante, en lo que es principal para nosotros mismos. Aprenderlo requiere de inteligencia.

## LAS INTELIGENCIAS

Se reconocen, al menos hoy, muchas inteligencias, como la emocional. Entre ellas, permanece, aunque menos valorada la clásica, que midió Binet. Ésta mide, en resumen, la capacidad de aprender y usar lo que nos enseñan los demás. Expresa la capacidad de utilizar y operar con los hechos y conceptos recogidos en los libros. Utilizamos el granero de lo recolectado y acumulado durante siglos

en los mundos, de las ciencias y del arte. Usando este capital e invirtiéndolo con mayor o menor acierto avanzamos en este mundo y nos colocamos o no en situación de ventaja respecto a los demás. Esta inteligencia pretendió, imperfectamente, anticipar la capacidad de los alumnos y los soldados para avanzar en sus estudios y en sus trayectorias profesionales.



Otra mide la flexibilidad, la capacidad de adiestramiento, la capacidad del pianista para interpretar sin errores una obra o la del tenista para en circunstancias muy cambiantes llevar la bola justo cerca de la línea. Es la capacidad de tomar provecho del hábito, de instalarnos siempre que queramos plenamente en el presente. Las versiones que conocemos son popularizaciones de la idea del psicólogo K. Anders Ericsson que expuso su "The 10,000-hours rule", según la cual cualquier persona necesita para convertirse en "experto" en una materia son diez mil horas, con un argumento tan estudiado como el de la teoría de los diez minutos que dice que con ese tiempo por cada lado cualquier cosa se convierte en cosa a la "plancha".

No hay duda de que el comandante Chesley y su copiloto pusieron de manifiesto ambas. Conocían el oficio, los protocolos. Supieron a quién llamar, qué decir, qué botones pulsar. También habían mecanizado la técnica de vuelo. Realizaron el planeo con precisión, levantaron el morro en el momento debido.

Pero hay otro tipo de conocimiento que está siempre completo y preservado en nuestro interior, pero no siempre manifiesto. Un arroyo que desborda su propio pozo. Esta Inteligencia no decrece ni se amarillea con el tiempo. Es un tipo de inteligencia de la que no disponen ni dispondrán los ordenadores, y que en medio de la mayor tormenta produce la mejor acción posible. Podríamos llamarlo INSIGHT, que al menos contiene la idea de mirar hacia dentro, pero para explicar lo que es, te contaremos un cuento.

### LA PRINCESA DE LA NIEVE Y LA SOMBRA DEL MAESTRO

En un lejano reino, su justo y anciano rey fue conminado a entregar a su única hija, Cristal de nieve, en matrimonio al príncipe heredero, Luz de fuego, de un reino vecino. Le fue anunciado que el día de la mayoría de edad de la princesa, el pretendiente y sus guerreros acudirían al palacio para que fuera satisfecha su pretensión o lograrla por las armas.

El rey, desesperanzado por el número y agresividad de sus adversarios, antes de morir, mandó pedir al muy sabio maestro Li, su maestro de armas en la infancia, que se había retirado a una cabaña hace muchos años a meditar mirando a una pared, que adiestrase a la princesa.

Una mañana, cuando la princesa abandonaba sus habitaciones, un anciano, que se encontraba allí le sopló hollín sobre la cara y riéndose, agitó un abanico arruinó su vestido. Era Li. Durante los siguientes meses la aparición del anciano y sus carcajadas se convirtieron en una pesadilla. La princesa era manchada al cruzar cualquier puerta, al rodear cualquier árbol, al abrir cualquier caja, al sentarse en cualquier silla. Luego, con el paso de los días, la tensión se relajó y solo, de vez en cuando, se oía la risa oculta del enloquecido maestro. Tras varios meses sin ver al anciano, la princesa, creyendo haber cumplido con creces la voluntad de su difunto padre, llamó al anciano y le dio orden de retirarse de nuevo a su choza. El anciano, ahora serio, se inclinó muy lentamente al retirarse, y le entregó un presente. Era su sencillo abanico de marfil con el perfil del anciano

rey, como una sombra, bordado. La princesa apreció el regalo y se acostumbró a usarlo.

El día de la mayoría de edad de la princesa, su feroz pretendiente llegó al palacio. Había instruido a sus hombres para que, durante el banquete de recepción, cuando él llevara la mano al pomo de su espada, todos sus hombres desenvainaran y amenazaran al anfitrión

más cercano para imponer su demanda.

Con todos los invitados en la gran mesa y antes de los brindis, el príncipe creyó llegado el momento. Justo antes de comenzar a mover la mano, la princesa abrió el abanico. Sus ojos se cruzaron. Las agujas de la varilla del abanico apuntaban directamente a la garganta del príncipe.

La princesa comprendió. El maestro le había enseñado a anticipar, a no atravesar la puerta que no debía atravesar, a no abrir la caja que no debía abrir, a acercarse a un árbol y no a otro. El príncipe comprendió. Sabía reconocer a un maestro de armas consumado. Los maestros de tiempo futuro llevan su destreza hasta no tener necesidad de parar golpe alguno pues evitan que sucedan. Sonrieron.

Algún tiempo después, -así son las cosas- los príncipes se prometieron y antes de sus esponsales decidieron prestar homenaje al maestro. Cuando llegaron a la montaña, su choza estaba abandonada. En la pared todavía se veía su sombra en postura de meditación. Cuando se acercaron encontraron dos anillos. Los recogieron.

Un instante antes de que el príncipe recogiera los anillos, la princesa desplegó el abanico. Cuando levantó la vista, la sombra del maestro había desaparecido de la pared y la de su padre del abanico.

### CHESLEY Y LA SOMBRA

La tercera inteligencia es la que nos hace cruzar la puerta que se debe cruzar y evitar la indebida. Permite acrecentar el arte de la elección que se encuentra en la cúspide del arte del recuerdo y del arte de la acción. Los aviones son forma hecha función. La voluntad curva el tiempo y hace de él función. Cuando decimos ¡Lo haré!, ¡no fallaré!, ¡lo entregaré!, ¡lo completaré!, el tiempo deja de ser lineal. En cada presente posterior a la promesa, ese futuro se acerca y el tiempo se dobla.

El creador es el herrero del tiempo. Bajo el fuego de su voluntad es capaz de doblar el tiempo, de anticipar un estado de cosas antes de que algo exista, de lograr que insista antes de existir y al desearlo, plegarlo tenazmente con el martillo de sus actos en cada presente. De acercar la realidad, cada vez más a la sombra de los sueños. De plegar el futuro con lo que él, incluso inconscientemente, anticipó.

**209** segundos antes del amerizaje, el comandante Chesley vio el río y algo se desplegó en su interior. Luego todo fue sencillo. Solo tuvo que permitir al avión, sin violentarlo, unirse con su sombra.

El arte necesario nos ha sido enseñado. En nuestro lugar: ¡quietud, que no es detención!, ¡propósito constante, que no es cabezonería!, ¡calor de la voluntad, que no es fantasía!, ¡hasta que nuestra sombra se encuentre cómoda en la pared!

Cuando llega el momento algo se despliega en la conciencia. Al mecerlo, se une nuestra sombra con nuestros sueños.

Creemos que el maestro pensaba así, pero es cierto que no hablaba. Mostraba y se reía. Los verdaderos sabios son muy alegres y hablan muy poco.



**Ana Marzo Portera**  
Marzo & Abogados

*Marzo & Abogados*  
DERECHO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

# Tengo una página en Facebook: ¿soy responsable del tratamiento?

En medio de un año cargado de novedades en materia de protección de datos y con el cambio de paradigma normativo de la LOPD a RGPD, la sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea de 5 de junio de 2018 cae como una “losa” para las empresas con página oficial en redes sociales.

“El concepto de ‘responsable del tratamiento’, comprende al administrador de una página oficial o página de fans alojada en una red social”.

El contundente pronunciamiento del citado Tribunal recae sobre la cuestión prejudicial planteada por el Bundesverwaltungsgericht (Tribunal Supremo de lo Contencioso-Administrativo alemán), mediante resolución de 25 de febrero de 2016 que tiene por objeto la interpretación de la Directiva 95/46/CE de protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos (actualmente derogada por el RGPD) en el contexto de un litigio entre la Autoridad regional independiente de protección de datos de Schleswig-Holstein alemana (“ULD”) y la entidad Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein GmbH, sociedad de Derecho privado especializada en el ámbito de la educación (en adelante la Academia) respecto a la legalidad de una orden emitida por el ULD para que esta última desactivara su página de fans alojada en el sitio de la red social Facebook.

Como es bien sabido, entre las cualidades de este tipo de páginas oficiales (o también llamadas páginas fans en las redes sociales), está el hecho de que su uso permite a las empresas que las crean “presentarse” a los usuarios de la red social y difundir todo tipo de comunicaciones dentro de la plataforma de red social a través de su propia “página oficial o fan”.

Además, las empresas, a través de los recursos de administración de la página oficial, pueden obtener estadísticas anónimas sobre sus visitantes mediante una herramienta denominada Facebook Insight, que Facebook pone gratuitamente a su disposición conforme a condiciones

de adhesión para su uso (condiciones que además, ni son modificables ni son negociables). Estos datos se recogen gracias a “cookies”, que asignan a cada usuario un código de usuario único, activo durante dos años y almacenado por Facebook en el disco duro del ordenador o en cualquier otro dispositivo desde el que acceden los visitantes de la página de fans. De hecho, el código de usuario, que puede vincularse a los datos de conexión de los usuarios registrados en Facebook, se recoge y trata en el momento en que se abren las páginas de fans.

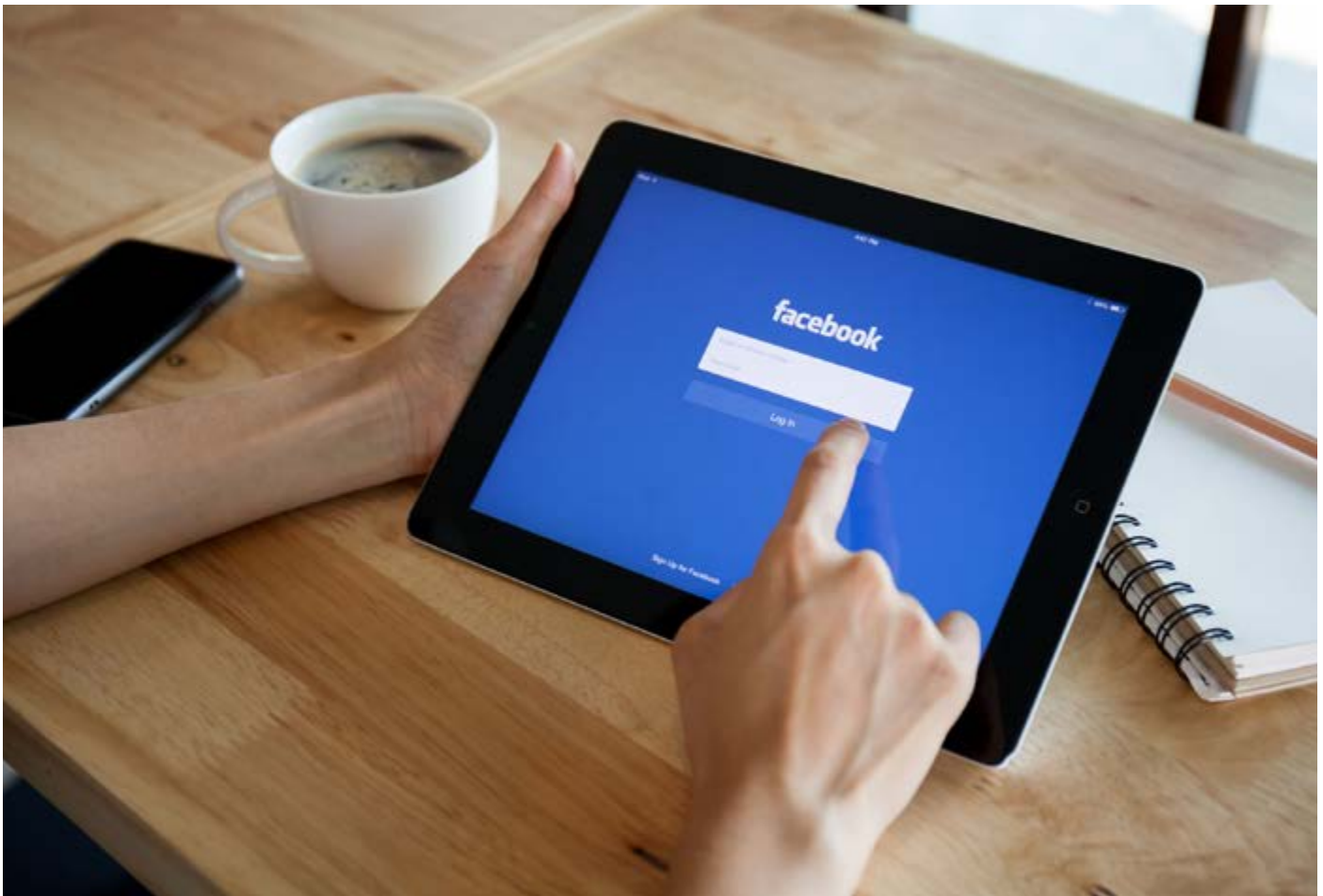
El asunto analizado en la sentencia es el siguiente: la Academia ofrecía servicios de formación mediante una página de fans alojada en Facebook, es decir, mediante una cuenta de usuario configurada por la propia Academia, pero, según se desprende de la resolución judicial, ni la Academia ni Facebook mencionaban a los usuarios las operaciones de almacenamiento y el funcionamiento de dicha cookie o el tratamiento posterior de los datos.

Por ello, la autoridad de control alemana (ULD) ordenó a la Academia que desactivara la página oficial fans que había creado en Facebook en la dirección [www.facebook.com/wirtschaftsakademie](http://www.facebook.com/wirtschaftsakademie), bajo pena de multa coercitiva en caso de incumplimiento en el plazo establecido, debido a que ni la Academia ni Facebook informaban a los visitantes de la página de fans de que la red social recogía mediante cookies datos personales a su respecto, y de que posteriormente trataban tales datos.

Ante esto, la reacción de la Academia fue responder contra dicha resolución alegando, en esencia, que no era responsable, a la luz del Derecho aplicable a la protección de datos, ni del tratamiento de los datos realizado por Facebook ni de las cookies instaladas por ésta.

El hecho de que un administrador de una página de fans utilice la plataforma ofrecida por Facebook para disfrutar de los servicios asociados a ésta, no le exime de sus obligaciones en materia de protección de datos personales





Este argumento fue rechazado por la Autoridad de Control Alemana al considerar que la responsabilidad de la Academia, como proveedor de servicios, al amparo de la normativa alemana. El ULD expuso que, al crear su página de fans, la Academia había realizado una contribución activa y voluntaria a la recogida por parte de Facebook de datos personales relativos a los visitantes de dicha página de fans, datos de los que se benefició mediante estadísticas que esta última puso a su disposición.

La Academia persistió en su argumento interponiendo un recurso contra la resolución de la Autoridad de Control alemana ante el Tribunal de lo Contencioso-Administrativo alemán, alegando que no le era imputable el tratamiento de datos personales efectuado por Facebook y que tampoco había encargado a Facebook, que realizara un tratamiento de datos bajo su control o en el que ella pudiera influir, por lo que, en consecuencia, la Academia entendía que la Autoridad de Control debería haberse dirigido directamente contra Facebook en vez de adoptar en su contra la resolución impugnada.

El Tribunal de lo Contencioso-Administrativo, dando la razón a la Academia, anuló la resolución impugnada basándose, en esencia, en que, dado que el administrador de una página de fans en Facebook no es una entidad responsable, y por tanto, la Academia no podía ser destinataria de tal medida.

La Autoridad de Control interpuso un recurso de casación ante el Tribunal Supremo de lo Contencioso-Administrativo alemán, argumentando que la infracción cometida por la Academia estribaba en que había encargado la realización, el alojamiento y el mantenimiento de un sitio de Internet a un proveedor (concretamente, Facebook Ireland) que resultaba inadecuado por no haber respetado el Derecho aplicable a la protección de datos. A su entender, la

orden dirigida a la Academia mediante la resolución impugnada para que desactivara su página de fans pretendía subsanar esa infracción, pues le prohibía continuar utilizando la infraestructura de Facebook como base técnica de su sitio de Internet.

Al igual que el Tribunal Superior de lo Contencioso-Administrativo alemán, el Tribunal Supremo estimó que no cabe considerar que la Academia fuera responsable del tratamiento de los datos, aunque, este último tribunal entendió que, no obstante, dicho concepto debe, en principio, interpretarse de manera extensiva en interés de una protección efectiva del derecho a la intimidad.

El Tribunal Supremo también albergaba dudas sobre la potestad de la Autoridad de Control alemana sobre Facebook, habida cuenta de que el responsable de la recogida y del tratamiento de los datos personales dentro del grupo Facebook, en el ámbito de la Unión, es Facebook Ireland.

En estas circunstancias, el Tribunal Supremo decidió suspender el procedimiento y plantear al Tribunal de Justicia Europeo (TJUE) una serie de cuestiones prejudiciales entre las cuales, el TJUE resolvió considerar “responsable del tratamiento” a una entidad, en su condición de administradora de una página oficial o de fans alojada en una red social por las siguientes razones:

- La Directiva 95/46 tiene por objeto garantizar un nivel elevado de protección de las libertades y los derechos fundamentales de las personas físicas, sobre todo de su vida privada, en relación con el tratamiento de datos personales y conforme a este objetivo, la Directiva define de manera amplia el concepto de “responsable del tratamiento”, refiriéndose a la persona física o jurídica, autoridad pública, servicio o cualquier otro organismo que solo o

conjuntamente con otros determine los fines y los medios del tratamiento de datos personales.

- Además, en el concepto de “responsable del tratamiento”, la Directiva se refiere al organismo que “solo o conjuntamente con otros” determine los fines y los medios del tratamiento de datos personales, de manera que dicho concepto no se remite necesariamente a una única entidad, sino que puede aludir a varios actores que participen en ese tratamiento, cada uno de los cuales estará por tanto sujeto a las disposiciones aplicables en materia de protección de datos.
- Si bien es cierto que tanto Facebook Inc. como Facebook Ireland son responsables del tratamiento, tampoco existe ninguna duda ni discusión para el Tribunal sobre la condición de responsable del tratamiento de la entidad que administra una página oficial o de fans en la citada red social.
- Como argumento de ello, el TJUE recuerda que cualquier persona que desee crear una página de fans en Facebook celebra con Facebook Ireland un contrato específico relativo a la apertura de tal página y, de este modo, suscribe las condiciones de uso de ésta, incluida la correspondiente política en materia de cookies.
- De hecho, mediante las cookies, por un lado, Facebook mejora su sistema de publicidad, que difunde a través de su red y, por otro, posibilita que el administrador de la página de fans obtenga estadísticas elaboradas por Facebook a partir de las visitas a esa página, a efectos de la gestión de la promoción de su actividad, lo que le permite conocer, por ejemplo, el perfil de los visitantes que indican que les gusta su página de fans o que utilizan sus aplicaciones, de tal modo que pueda ofrecerles contenido más relevante y desarrollar funciones con mayores probabilidades de interesarles.
- Así, el TJUE manifiesta que, aunque el hecho de utilizar una red social como Facebook no convierte al usuario en “corresponsable de un tratamiento de datos personales efectuado por dicha red”, es preciso señalar que el administrador de una página de fans alojada en Facebook, mediante la creación de tal página, ofrece a la plataforma social la posibilidad de colocar cookies en los ordenadores o en cualquier otro aparato de la persona que haya visitado su página de fans, disponga o no esta persona de una cuenta de Facebook, y por tanto, en este contexto, se desprende que la creación de una página de fans en Facebook implica, por parte de su administrador, una acción de configuración, en función, entre otros aspectos, de su audiencia destinataria, así como de los objetivos de gestión o de promoción de sus actividades, que influye en el tratamiento de datos personales a efectos de la elaboración de las estadísticas establecidas a partir de las visitas de la página de fans.

En definitiva, el administrador puede, gracias a filtros que Facebook pone a su disposición, definir los criterios a partir de los cua-

En definitiva, el administrador puede, gracias a filtros que Facebook pone a su disposición, definir los criterios a partir de los cuales deben elaborarse esas estadísticas e incluso designar las categorías de personas cuyos datos personales serán objeto de explotación por parte de Facebook.

les deben elaborarse esas estadísticas e incluso designar las categorías de personas cuyos datos personales serán objeto de explotación por parte de Facebook. Por consiguiente, el administrador de una página de fans alojada en Facebook contribuye al tratamiento de los datos personales de los visitantes de su página.

En estas circunstancias, y volviendo al caso concreto, el TJUE considera que la Academia participó, mediante su acción de configuración en función de su audiencia destinataria, objetivos de gestión y promoción de sus actividades, en la determinación de los fines y los medios del tratamiento de los datos personales de los visitantes de su página de fans y por tanto, dicho administrador sí debía ser calificado como “responsable del tratamiento”, conjuntamente con Facebook Ireland.

Así que la conclusión para cualquier empresa es que, el hecho de que un administrador de una página de fans utilice la plataforma ofrecida por Facebook para disfrutar de los servicios asociados a ésta, no le exime de sus obligaciones en materia de protección de datos personales.

Hay que recordar de nuevo que las páginas de fans alojadas en Facebook pueden ser visitadas igualmente por personas que no son usuarias de Facebook y que, por tanto, no disponen de una cuenta de usuario en esa red social y en tales casos, la responsabilidad del administrador de la página de fans respecto del tratamiento de los datos personales de tales personas resulta aún mayor, pues la mera consulta de la página de fans por parte de los visitantes desencadena automáticamente el tratamiento de sus datos personales.

Por ello, en este contexto, el reconocimiento de una responsabilidad conjunta del operador de una red social y del administrador de una página de fans alojada en esa red en relación con el tratamiento de los datos personales de los visitantes de esa página de fans contribuye a garantizar una protección más completa de los derechos de que disponen las personas que visitan una página de fans, conforme a las exigencias de la normativa de protección de datos.

Ahora bien, la existencia de una responsabilidad conjunta no se traduce necesariamente en una responsabilidad equivalente de los diversos agentes a los que atañe un tratamiento de datos personales, sino que, por el contrario, esos agentes pueden presentar una implicación en distintas etapas de ese tratamiento y en distintos grados, de modo que el nivel de responsabilidad de cada uno de ellos debe evaluarse teniendo en cuenta todas las circunstancias pertinentes del caso concreto.

Tras el importante pronunciamiento del TJUE, las empresas deberán adaptar sus páginas oficiales en redes sociales teniendo en cuenta su grado de implicación en las distintas etapas del tratamiento de los datos de sus seguidores y fans. Todo ello, lógicamente, de acuerdo con los principios del RGPD.

Si te  
propones  
llegar más  
lejos

podemos  
ayudarte  
a alcanzar  
tus objetivos



Nuestros servicios pretenden dar respuesta a las necesidades de las empresas en la implantación y explotación de sus sistemas SAP, siempre en estrecha colaboración con las áreas funcionales y de negocio.

## SERVICIOS

Consultoría  
Implantación  
Mantenimiento

## COMPETENCIAS

Logística / Finanzas  
Ecommerce  
Movilidad  
S/4 Hana  
Integración  
Técnica de Sistemas

**Oficina Madrid**  
Paseo del Pintor Rosales 44  
Madrid, España

**Oficina Panamá**  
Obarrio, Calle Samuel Lewis 56 Este  
Edificio Panama Desing Center  
Piso 18 Oficina 18 A  
Ciudad de Panamá, Panamá

**Oficina Barcelona**  
Carrer València 231 Àtico 1ª  
Barcelona, España

**Oficina México**  
Av. Homero #1837  
Col. Polanco Los Morales, 11510  
Ciudad de México, México

**SAP® Partner**  
Open Ecosystem

[www.consultia.biz](http://www.consultia.biz)

## INFORMACIÓN PERSONAL

- **Lugar de nacimiento:** Santa Cruz de Tenerife.
- **Aficiones en su tiempo libre:** Running y algo de natación, pero sobre todo, pasar tiempo con mi familia.
- **Un restaurante de la ciudad en la que nació, que recomendaría al resto de asociados y lugares que deberían visitar si van allí:** Pues les recomiendo un lugar sin grandes pretensiones, y muy autóctono, aunque no sea mi ciudad natal, tasca **La Carambola**, en El Sauzal (Tenerife).

# Andrés Barreda

## CIO de Encuentro Moda

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

Iniciamos nuestra andadura recientemente, en mayo de 2017 con el arranque de finanzas (FI-CO), y culminamos en enero de 2018 con el arranque de operaciones (MM, SD).

En Encuentro llevábamos algunos años buscando una solución que permitiera una cobertura amplia sobre los procesos de nuestro sector, y encontramos en SAP un referente dentro del mercado del retail moda en España y el mundo.

### Háblenos de su experiencia con las soluciones de la compañía.

Como es habitual en este tipo de proyectos, la transformación ha sido extenuante, pero estamos muy contentos con el resultado final. Creo que hemos evolucionado hacia un producto muy estable y que es capaz de adaptarse a los cambios con la agilidad que el mercado del retail nos empuja a todos, especialmente el de la moda.

Nuestra experiencia con SAP actualmente es muy corta (apenas llevamos 8 meses). Hemos superado el tsunami del go-live con relativo éxito y nos encontramos en un momento de adaptación y normalización. La entrada en vigor de normativas de un impacto considerable durante la vida del proyecto de implantación, como fueron el SII o el RGPD han generado una sobretensión y sobreesfuerzo en todos los equipos. La mejora continua no cesa (está en el ADN de la compañía) pero estamos muy pendientes de controlar la respuesta del sistema y la experiencia del usuario.

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

Como tecnólogo, algo que elogio en el producto frente a otros ERPs convencionales o de nicho, es la fortaleza y robustez con la que los procesos quedan definidos dentro de

## NUESTROS ASOCIADOS

Mis sugerencias son la tortilla canaria, las papas carambola y el solomillo a la coca-cola, son unos clásicos.

Cerca del restaurante, en la cafetería **Tea & Chocolate**, podrás tomarte un barraquito y un buen postre, mientras disfrutas de las vistas de El Teide.

- **Escritor preferido y la mejor de sus obras:** La vida es movimiento, así que soy más aficionado a caminar y pasear que a sentarme para leer. Aún así, si algún lector no ha leído *Demian* de Hermann Hesse, se lo recomiendo.



la organización, lo que evita quebraderos de cabeza del pasado: inconsistencia del dato, pérdida de trazabilidad, indisponibilidad del registro de cambios o el logging de actividad...

La implantación de SAP ha supuesto para nosotros un punto de inflexión porque nos ha dado tranquilidad a la hora de evolucionar con soluciones best of breed, que otorgan a las empresas ventajas competitivas sustanciales, si éstas son capaces de sacarles realmente partido.

### ¿Qué retos afronta el departamento de TI en 2018 y qué proyectos tecnológicos están priorizando?

Un proyecto de cambio transversal como ha sido el nuestro ha requerido la reingeniería de los procesos dentro la compañía. El reto durante este 2018 ha sido ser capaces de asimilar ese cambio. Nos preocupa mucho cómo ha sido la adopción en la organización y que los usuarios se familiaricen con su nuevo entorno de trabajo.

A nivel tecnológico y para culminar el año tenemos previsto el arranque de un nuevo sistema de gestión del stock y reaprovisionamiento de la red de tiendas. Estamos en una fase embrionaria, pero confiamos en disponer de la solución antes del mes de noviembre, de modo que estemos preparados para la próxima campaña de Navidad (donde ya todos los expertos auguran que será dura por lo reactivo que está el mercado en estos momentos).

### ¿Y en 2019?

En la hoja de ruta está ahora otros módulos, para la gestión de recursos humanos, CRM, etc. Sin embargo será el proyecto estrella la puesta en marcha del e-commerce, un proyecto altamente demandado por nuestros clientes desde hace años y que gracias al cambio a SAP sabemos que las garantías de éxito del proyecto son controlados.



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

Somos socios de AUSAPE desde este mismo año, y ya nos ha aportado la oportunidad de compartir foro con otras empresas del sector y partners de interés para proyectos presentes y futuros de Encuentro. Dada mi poca vida dentro de la asociación, de momento no me considero con bagaje suficiente como para emitir una opinión fundamentada, pero la primera impresión es que la asociación se preocupa sinceramente por los temas candentes que a los clientes y usuarios de SAP nos preocupan, y con ello crean una imagen que da presencia y notoriedad ante un gigante (al menos para nosotros) como es SAP.

## DE UN VISTAZO

**Nombre de la empresa:**  
Grupo Encuentro Moda SLU

**Marcas:**  
Encuentro y ÖBÚ

**Sector:**  
Moda mujer

**Facturación:**  
70 Millones de euros

**Número de empleados:**  
900

**Web site:**  
www.encuentromoda.com

**Sedes:**  
TENERIFE  
Polígono Industrial de Güimar  
Manzana E, Parcela 2  
38509 - Arafo (Tenerife)

BARCELONA  
C/ D'en Draper, 32  
Polígono Industrial Valdegata  
08350 - Arenys de Mar  
(Barcelona)

MADRID  
C/ Sebastián Elcano, 32  
4º Loft, 52  
28012 - Madrid



**Aleix Valls**

CEO y Co-fundador Liquid by Exit Co.

# ¿Cómo regular la transformación digital?



Estamos inmersos en un profundo proceso de transformación social y económica conocido como cuarta revolución industrial. Este proceso de innovación digital conlleva planteamientos interesantes porque las empresas que utilizan la tecnología son capaces de replantear los modelos de negocio tradicionales. Hoy en día, estos negocios cuentan con un extenso marco regulatorio que se ajusta muy bien a cómo se ha hecho el negocio durante toda la vida, pero con la irrupción de la innovación se cuestiona la cadena de valor, aparecen nuevas formas de hacer ese negocio, nuevas formas de interacción entre los usuarios. Esto provoca que la regulación existente se cuestione automáticamente de la noche al día.

Un ejemplo típico es la economía colaborativa, que te permite comprar u ofrecer servicios como individuo, que sustituye al negocio tradicional. Por ejemplo, existen aplicaciones que te permiten cocinar en casa y vender la comida como si fuera un restaurante. ¿Qué ocurre si esto no funciona? Estas actividades existen, ¿pero ¿cómo se regulan?

La transformación digital lleva a cuestionarte cuál es la forma en la que el regulador también debe transformarse digitalmente para poder regular esta actividad. Igual que lo tendrían que estar las empresas de automoción, las de comunicación y publicidad... ¿Estamos preparados para la transformación digital? La experiencia nos demuestra que, habitualmente, se aprende

a golpes, que no le puedes poner puertas al campo. Lo que seguro no funcionará es pensar que son otro modelo más dentro de los sectores tradicionales y que hay que aplicarles los mismos marcos regulatorios. Cuando hablamos del regulador falta ir al principio de todo, a la ley orgánica de la que emanan todas las leyes, a la Constitución. Y a esta le falta el capítulo del ciudadano digital. Faltan páginas. Uno de los retos que tiene el regulador es añadir estas páginas que faltan en esta nueva dimensión económica de sus ciudadanos.

El problema de este capítulo es que lo digital es global y transfronterizo. Cuando hablamos de lo digital, el concepto de territorialidad y país es muy borroso. No es sólo el concepto de que Internet traspase fronteras. Es el concepto de que tu experiencia digital no nace vinculada a un concepto geográfico. Este es el reto, la transformación digital modifica enormemente

la capacidad que tiene el regulador de regular porque ha perdido muchos de los elementos tradicionales que le permitían hacerlo, como la territorialidad. Otra cosa que le ha pasado al regulador es que ha perdido la propiedad de muchas de las infraestructuras económicas que están desarrollando la actividad y el Producto Interior Bruto de muchos países. En otras revoluciones tecnológicas, estas tecnologías necesitaban dos elementos para tener un impacto: el permiso para actuar en el territorio y la financiación del Gobierno para ser suficientemente capilares y convertirse en un cambio real, como ocurrió con la red eléctrica. Al Gobierno le era muy fácil regular porque era propietario o copropietario de la infraestructura. Con Internet, esto ha cambiado. Ahora, las infraestructuras de las compañías del siglo XXI son privadas. Por tanto, no tiene ningún poder sobre las condiciones de la empresa o su forma de hacer negocios porque no está en su territorio y no ha necesitado ninguna inversión millonaria pública por parte del Gobierno para convertirse en lo que es.

Cuando esto pasa, ya no puedes decir sí o no, sólo decir: ¿cómo lo hacemos? La reacción inteligente es ver cómo se ponen de acuerdo para que las empresas tecnológicas, gestoras de estas infraestructuras, beneficien el PIB. Países como Dinamarca ya han empezado a hacerlo con figuras como el Embajador Digital, que se encarga de buscar este cómo.



an **NTT DATA** Company



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

**EVERIS**  
SAP BUSINESS UNIT

attitude makes the difference

Consulting, IT & Outsourcing Professional Services

Una vez más, Seidor recibe  
el máximo reconocimiento de 

# 2018



SAP Partner of the Year –  
Analytics & Insight



SAP Cloud Partner of the Year –  
Small and Midsize Companies

La alianza de SAP y Seidor, cada día más fuerte.

¡Muchas gracias SAP por la confianza!

#playtheseidorpulse