



AUSAPE

SAP Business Technology Platform Customer Forum



EN ESTE NÚMERO

Pag 3 - 4
Mobile World Congress Barcelona

Pag 12 - 14
Sig Leads 2023

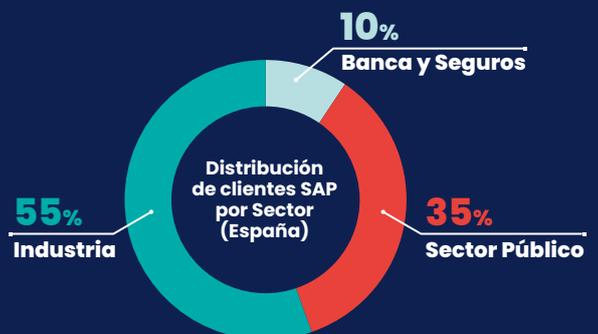
Pag 16 - 17
Evento SAP Business Technology Platform

Somos un referente de la consultoría SAP en el mundo

Con la ayuda de nuestros expertos, nuestros clientes ya dominan el *flow digital* mediante el diseño de estrategias que responden a sus desafíos en su propio ecosistema

Los números nos avalan:

- 2700 consultores SAP
- Más de 180 M€ anuales en servicios SAP
- 21 países con práctica SAP



Escanea el QR



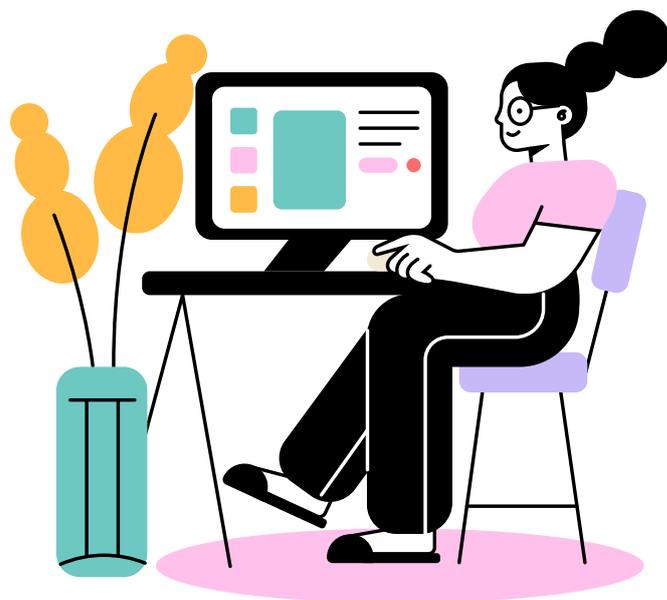
inetum.
Positive digital flow

Patrocinador Especial Ausape Forum 2023
Patrocinador Gold SAP Sapphire 2023

Construyendo referentes tecnológicos en femenino

POR SANDRA ISART

Vocal de Mujer y Tecnología, Empleo y Formación de AUSAPE. Nexus Energía



Estimado/a asociado/a,

El mes de marzo ha sido el mes de la Mujer. El 8-M se conmemora nuestro día Internacional, adoptado por la ONU en 1977 con el objetivo de eliminar toda discriminación hacia las mujeres, promover su empoderamiento y su plena participación en la sociedad.

A los retos presentes en todos los sectores -brecha de género, techos de cristal, dificultades para conciliar la vida laboral y la personal y/o familiar-, en el sector TIC se añade la baja representación, en una industria donde los empleados son mayoritariamente hombres. A ello se suma una cuestión que nos preocupa especialmente: el escaso porcentaje de mujeres jóvenes que deciden estudiar una carrera STEM.

Ante la necesidad creciente de talento tecnológico, fomentar que las niñas y jóvenes de hoy se conviertan en profesionales TIC el día de mañana es fundamental para garantizar el futuro de nuestro sector. Para ello, debemos transmitir a las estudiantes los atractivos que poseen las carreras técnicas, y aquí las profesionales consolidadas en la industria tecnológica tenemos un papel que jugar en la creación de referentes entre las jóvenes.

Con esa intención, en AUSAPE, y más concretamente desde la Vocalía de Mujer y Tecnología, Empleo y Formación, lanzamos una campaña durante toda la Semana de la Mujer, en la que varias profesionales tecnológicas explicamos en redes sociales nuestras motivaciones y aportamos algunos consejos a las adolescentes que

se plantean estudiar una carrera STEM. Además, tuve el placer de participar junto a otras siete directivas TIC en el encuentro organizado por la revista Byte sobre "El rol de las Mujeres en las TIC".

Desde la Vocalía que coordino, continuaremos preparando eventos para fomentar la presencia de la mujer en el ecosistema SAP y el sector tecnológico, además de visibilizar a profesionales que puedan ejercer de referentes para las nuevas generaciones. El pasado año celebramos la sesión Humanas y tecnológicas del Fórum y la jornada Talento Senior en Femenino, y para 2023 tenemos intención de continuar con este tipo de eventos, de los que os iremos informando.

También tendréis puntual información de las novedades sobre nuestro XVIII Fórum AUSAPE, para el que quedan menos de dos meses y que ya tiene lugar, fecha y leitmotiv: el 30 y 31 de mayo y el 1 de junio en Palma de Mallorca, con el lema "Persuasión tecnológica. Motivación en lo que queremos".

Estamos trabajando para que este Fórum, que será el primero que se celebrará fuera de la Península, sea todo un éxito tanto de asistencia como de satisfacción de nuestros asociados. Nuevas actividades que se unirán a las tradicionales ponencias, mesas redondas y sesiones paralelas, nueva app para facilitar la interacción y ampliación del número de expositores son solo algunas de las novedades que encontraréis en nuestro gran encuentro. ¡Os esperamos!

Un fuerte abrazo

CONSEJO EDITORIAL

Joan Torres
José Ignacio Santillana
David Arrizabalaga
Sandra Isart
Fernando de la Fuente
Jaime López
David Gràcia

COLABORADORES

Paz Linares
Aida Bautista
Carolina Abundez
Alyenny Castillo
Agueda García

DIRECCIÓN

Junta Directiva AUSAPE

DIRECCIÓN DE ARTE

Tasman Graphics

PUBLICIDAD

gestor@ausape.com

REDACCIÓN

comunicacion@ausape.com

DEPÓSITO LEGAL

M-10955-2007

EDITA

AUSAPE

IMPRIME

Lantegi Batuak



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.

AUSAPE, abril de 2023

AUSAPE

Pag 03

Entrevista

Pag 18

Emilio Osete, Co-Founder & CEO
Digi Digital Group, expertos en CX



Pag 20

Mónica de Pablos, Head of
Competences Southern Europe SAP Atos



Caso de Éxito

Pag 22

Y también en este número...

Helmar Rodríguez

Helmar Rodríguez es formador, coach y autor, y, ante todo, un facilitador del cambio. Fundó CLEARNESS®, con el objetivo principal de respaldar a las organizaciones e individuos en su potencial de crecimiento, y lo hace a través de una combinación única de las disciplinas más diversas. Su enfoque siempre está orientado a generar resultados tangibles y crear un campo para abrir la mente, elevar la conciencia que permite, a cada participante, atravesar sus propios umbrales.

Ana Marzo

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

En profundidad

Pag 24

El virus de la mente

Pag 40

ADICCIÓN: La búsqueda de lo REAL

Rincón Legal

Pag 42

A "contrarreloj" para adaptar los sistemas internos de información y las medidas de protección de los informantes

Firma invitada

Pag 44

¿Qué va a aportar la IA al marketing digital B2B?



03 AUSAPE estuvo presente en el Mobile World Congress de Barcelona

06 Comienza la andadura del Grupo de Trabajo de Sostenibilidad

10 ¡Brindemos por una experiencia de Cliente única!

12 SIG Leads 2023

15 Noticias AUSAPE

16 AUSAPE mostró la labor de su Grupo de Trabajo en el SAP BTP Customer Forum

15 AUSAPE entrega su Donativo Solidario a la Asociación Española contra la Meningitis

16 Cuatro reuniones de Grupos de Trabajo en las primeras semanas del año

AUSAPE estuvo presente en el Mobile World Congress de Barcelona

Considerado uno de los eventos más importantes de la industria móvil en Europa y una cita ineludible para el ecosistema tecnológico global, el Mobile World Congress de Barcelona, que se celebró entre el 27 de febrero y el 2 de marzo, contó con la asistencia de diversos directivos de AUSAPE, que no quisieron perderse las últimas tendencias en materia de realidad virtual y mixta, inteligencia artificial, 5G, blockchain o robótica que se presentaron en el MWC.

La sostenibilidad fue uno de los temas del Mobile 2023, al que asistieron más de 88.500 personas y 2.400 expositores. Se habló de cómo hacer las infraestructuras móviles más sostenibles, elevando la eficiencia para reducir las emisiones y los residuos, usando más energías verdes y fomentando la economía circular. Para desarrollar estos tres pilares, juegan un papel central las tecnologías digitales, como el uso de inteligencia artificial para reducir el consumo de las antenas a 0 vatios cuando no están emitiendo.

En la parte de infraestructuras, se habló mucho de las redes 5.5G, definidas como un paso intermedio del 5G al 6G que empezará a desarrollarse en 2025, y que ofrecerán velocidades de 10 Gbps, reducirán el consumo eléctrico a una décima parte y permitirán utilizar la red como sensor y alimentar dispositivos IoT sin batería.

Otra tendencia mostrada en el encuentro fue la OpenNet, esto es, hacer el ecosistema de redes móviles más abierto y flexible, adoptando redes totalmente interoperables que aprovechen las capacidades de 5G, IoT, edge y cloud con funcionalidades API abiertas. De esta forma, las operadoras móviles podrán crear una propuesta de valor diferenciada que brinde servicios digitales de próxima generación.

En cuanto a lo que se llamó "Realidad +", esto es, la conjunción de realidad virtual, aumentada y mixta, pudimos ver cómo la intersección de tecnologías como la computación 3D, la IA, la Web 3.0 y el 5G están creando un nuevo paradigma tecnológico, caracterizada por la capacidad de moverse fácilmente entre lo físico y lo digital. A medida que continúa la exploración de la realidad extendida y el metaverso, la tecnología inmersiva y el 5G serán



La sostenibilidad fue uno de los temas del Mobile 2023, al que asistieron más de 88.500 personas y 2.400 expositores

claves a la hora de habilitar las últimas innovaciones en los mundos físico, digital y virtual.

Tanto el vicepresidente y vocal de Grandes Eventos de AUSAPE, Nacho Santillana, como los vocales de Relación con SAP, David Arrizabalaga, y de Grupos de Trabajo, Innovación y Tecnología, Jaime López, y el coordinador del Grupo de Trabajo de Industria Digital, Fernando Pozuelo, estuvieron presentes en el Mobile World Congress. Santillana, que intervino en una mesa redonda sobre tecnología en pos de un mundo sostenible en el pabellón de la MWCB, destacó la importancia que tiene para la



asociación estar presente en “uno de los escaparates tecnológicos mundiales”, “siguiendo una de sus líneas estratégicas de asistencia a eventos de terceros y de ampliar el foco en tecnología”.

Sobre las tecnologías más innovadoras que se pudieron ver en el evento, mencionó iniciativas sobre blockchain, 5.5G y 6G, educación online, call centers integrados con CRM sin teléfonos, sensorización, agricultura y clima, gafas de realidad virtual, inteligencia artificial o robótica.

Jaime López, por su parte, señaló que el encuentro ya “tiene poco de 'Mobile' y bastante más de inteligencia artificial, robots y evolución”. Respecto a las innovaciones vistas en el ámbito farmacéutico, López, Corporate Information Technology Manager de FAES Farma, destacó desde aplicaciones de 5G a equipamientos: “Se han llegado a mostrar datos electrónicos para medir constan-

Si el MWC fue el evento tecnológico estrella de febrero, marzo fue el mes del trigésimo Congreso de ASLAN

tes vitales en el cuerpo humano, creo que no queda tanto para que puedan empezar a aplicarse en el sector farma”. Y recordó que aunque AUSAPE está “muy focalizada en SAP, al final somos una asociación de tecnología y hay que vigilar otros entornos, de industria, de administración, de software... para poder ayudar al asociado con lo que nos va a venir en el futuro a corto plazo”.

30º CONGRESO ASLAN

Si el MWC fue el evento tecnológico estrella de febrero, marzo fue el mes del trigésimo Congreso de ASLAN, la asociación de la industria tecnológica que integra a más de 170 empresas, desde



En el Congreso ASLAN 2023 pudimos conocer novedades y tendencias en los ámbitos de la Ciberseguridad y resiliencia, Cloud e innovación digital, Gestión de datos e inteligencia artificial, Puesto de trabajo digital y Redes inteligentes

fabricantes a operadores, pasando por integradores, centros de datos y proveedores de servicios cloud. AUSAPE también acudió a este evento, celebrado el 22 y 23 de marzo en Madrid, en el que estaban presentes colaboradores especiales de nuestra asociación como Amazon Web Services y UST Global.

En el Congreso ASLAN 2023 pudimos conocer novedades y tendencias en los ámbitos de la Ciberseguridad y resiliencia, Cloud e innovación digital, Gestión de datos e inteligencia artificial, Puesto de trabajo digital y Redes inteligentes. Además, el evento acogió sendos encuentros de Directivos TIC y de responsables de Digitalización de las Administraciones Públicas.

Entre las temáticas abordadas, destacan los nuevos retos de seguridad en el puesto de trabajo híbrido, los retos y oportunidades del multi-cloud, los problemas derivados de la resistencia al cambio o el dato como base de los nuevos servicios públicos. ■



Entregando excelencia en servicios SAP a nuestros clientes y colegas

Acompañamos a nuestros clientes en el ciclo completo de la transformación hacia la empresa inteligente gracias a nuestros servicios **DXC4RISE** que aseguran fiabilidad, minimizan riesgos y reducen los costes totales de la transformación.

#WeAreDXC



Para más información
SAP.presales.iberia@dxc.com

Comienza la andadura del Grupo de Trabajo de Sostenibilidad

Uno de las grandes novedades de los Grupos de Trabajo de AUSAPE anunciadas en la pasada Asamblea General es la división del grupo de Innovación y Sostenibilidad en dos áreas, con la creación de un nuevo Grupo de Trabajo de Sostenibilidad que dé respuesta al creciente interés de los asociados en este ámbito. El grupo comenzó su andadura el 23 de marzo con una sesión de introducción a los Objetivos de Sostenibilidad para 2030 y el papel de las empresas en el desarrollo sostenible, que completó una nutrida agenda de reuniones de los Grupos de Trabajo durante el mes de marzo, preparadas por los grupos de Recursos Humanos, Financiero, Licenciamiento, Customer Experience y SAP S/4 HANA.

SOSTENIBILIDAD

La primera sesión de Sostenibilidad, celebrada en formato online, contó con Mario Izquierdo, coordinador del Grupo de Sostenibilidad de ASUGMEX y responsable del Centro de Desarrollo de Sostenibilidad y ESG de Stratesys, y la introducción de Ignacio Vicente, IT Business Manager en Grupo Varma y coordinador del nuevo grupo de trabajo. Izquierdo comenzó explicando que las empresas deben ayudar a avanzar en el desarrollo sostenible, lo que genera unos compromisos que deben ser auditados, tanto de cara a los reguladores y supervisores como a los stakeholders. Y avanzó que a principios de 2025 entrará en vigor en España la nueva directiva de reporting de sostenibilidad CSRD 2025.

Sobre la estrategia de sostenibilidad de una empresa, aseguró que debe pasar por definir el compliance, gestionar y prevenir riesgos y, a partir de ahí, innovar en sostenibilidad yendo más allá del compliance. Ello le dará más madurez y le aportará una ventaja competitiva y reputacional. Para conseguir estas metas, se precisa de herramientas tecnológicas que ayuden al gobierno del dato: de emisiones, factores financieros, etc.

Como ejemplo, Izquierdo mostró la llamada “guía SDG Compass”, que presenta cinco pasos para definir una estrategia de

Sobre la estrategia de sostenibilidad de una empresa, aseguró que debe pasar por definir el compliance, gestionar y prevenir riesgos y, a partir de ahí, innovar en sostenibilidad yendo más allá del compliance



sostenibilidad: conocer los objetivos ODS y el compliance, definir las prioridades basándose en una evaluación inicial de su impacto, definir los ODS alineándolos con los de la empresa, integrarlos en la actividad de la compañía, e informar del progreso en la consecución de esos objetivos a las personas y grupos de interés.

El 8 de Marzo, Día de la Mujer, nuestra vocal de Mujer y Tecnología, Formación y Empleo, Sandra Isart, formó parte del plantel de nueve directivas convocado por la revista Byte para el webinar “El rol de las mujeres en el mundo TIC”

EL ROL DE LAS MUJERES EN EL MUNDO TIC

El 8 de Marzo, Día de la Mujer, nuestra vocal de Mujer y Tecnología, Formación y Empleo, Sandra Isart, formó parte del plantel de nueve directivas convocado por la revista Byte para el webinar “El rol de las mujeres en el mundo TIC”, en el que departieron sobre su llegada al mundo TIC y las dificultades que han encontrado, entre otros temas.

Además del hándicap que supone que solamente el 10% de las empresas tecnológicas están dirigidas por mujeres, en el encuentro se abordó el déficit de mujeres en los mandos intermedios, el techo de cristal y la presencia cada vez menor de mujeres en carreras STEM. Isart lamentó que a día de hoy las profesiones técnicas no resulten tan atractivas. Un problema que, a su juicio, se podría solventar con charlas o vídeos en los institutos en los que se muestre todo lo que se puede hacer teniendo una carrera técnica. La televisión y las redes sociales también pueden tener un



papel positivo en la percepción de estas carreras y la creación de referentes entre las jóvenes.

Isart también introdujo el tema de la maternidad, asegurando que habría que valorar más el hecho de ser madre y ayudar más a las madres y padres. Desde las empresas, favoreciendo la conciliación, y también a nivel de cada persona, interiorizando que ser madre es un acto de valentía que también aporta mucho a la sociedad y a la empresa.

FINANCIERO

El mismo día 8, el Grupo de Trabajo Financiero celebró un webinar sobre la administración tributaria digital y los avances hacia la facturación electrónica, al que acudieron 196 personas. La sesión estuvo presentada por Sara Antuñano, coordinadora del grupo y responsable de Contabilidad de Gastos e Inversiones y Proyectos en Eroski.

Javier Hurtado, director del Departamento de Inspección Financiera y Tributaria de la AEAT, habló del decreto de control de los sistemas informáticos que producen documentos con relevancia fiscal. Un decreto basado en la securización e inalterabilidad de la facturación, la estandarización e interoperabilidad, y la simplificación administrativa mediante Verifactu. Estos sistemas se certificarán por medio de una declaración responsable del fabricante o desarrollador y disfrutarán de un plazo de adaptación fijado para el 1 de julio de 2024, aunque podría prorrogarse unos meses.

Javier Hurtado, director del Departamento de Inspección Financiera y Tributaria de la AEAT, habló del decreto de control de los sistemas informáticos que producen documentos con relevancia fiscal

En cuanto al proceso de evolución hacia la factura electrónica, José Borja Tomé, director del Departamento de Informática Tributaria de la AEAT, explicó el proyecto de factura electrónica de la agencia, que integraría las diferentes plataformas de intercambio de facturas, complementadas por un sistema público interconectado e interoperable. De cara al futuro, se estudiaría la posibilidad de hacer converger los sistemas de facturas con SII y Verifactu.

RECURSOS HUMANOS

También el 8 de marzo, el Grupo de Trabajo de Recursos Humanos, coordinado por José Domingo Mouriz y Miguel Ángel Gámez, organizó un webinar que constó de dos apartados. En el primero, Guido Olomudzski, director de Transformación y Cambio de Olivia, firma especializada en acompañar a las empresas en sus procesos de cambio, mostró el caso de éxito en la implementación y, sobre todo, la adopción de success factors en la operadora argentina Telecom.

Oscar Velasco, socio director de Olivia, resumió la metodología de este proyecto en tres pasos: preparación del terreno, implementación del proceso de cambio (comunicación, capacitación, gestión de stakeholders, análisis y gestión de impacto) y estrategia de sustentabilidad.

A continuación, Rafael Schiavoni y su Equipo de Desarrollo de HCM de SAP comentaron los principales cambios legales desde principios de año, poniendo énfasis en las modificaciones en el Modelo 190 del IRPF y las tablas, la bonificación de planes de pensiones, el mecanismo de equidad intergeneracional y el nuevo concepto 301 en nómina. También hablaron del estado de desarrollo del FDI, con dos cambios previstos: ocupación y descripción de funciones. Paralelamente, mostraron las notas liberadas por SAP relativas a estos cambios y, para concluir, respondieron a las preguntas de los asistentes.

LICENCIAMIENTO

En cuanto al Grupo de Trabajo de Licenciamiento, el 9 de marzo preparó la primera de sus dos sesiones sobre los escenarios



de migración a RISE with SAP, presentada por Ricard García, coordinador del grupo, y conducida por Fernando Aguilar, socio director de MatchPoint, y Francisco Hansen, COO de Voquz Labs.

En este webinar se valoraron los aspectos clave, sobre todo financieros, que deben considerarse cuando evaluamos el coste del licenciamiento SAP al migrar al modelo RISE o a S/4HANA on premise. Antes de tomar la decisión, Aguilar recomendó preguntarse por qué hay que migrar, hacer un análisis funcional y de arquitecturas completos, solicitar a SAP una propuesta detallada de S/4HANA perpetuo además de la de RISE, y realizar internamente un análisis económico detallado (TCO y business case) comparable para los diferentes escenarios. En el business case hay que plantear factores como el mantenimiento de las licencias ya adquiridas, el coste de los hyperscalers, posibles costes ocultos, los términos de la conversión de contratos establecida, los roles y responsabilidades descritos en los contratos y los diferentes servicios incluidos en los mismos. Por último, pusieron varios ejemplos de una propuesta inicial de S/4HANA y RISE a cinco años.

CUSTOMER EXPERIENCE

La sesión del Grupo de Trabajo de Customer Experience se celebró el 14 de marzo en las oficinas de SAP en Madrid, bajo la coordinación de Iciar Balza, responsable del grupo e International Experienced Executive en Gonvarri, y Paolo Duci, Solution Advisor en SAP Customer Experience. La reunión giró en torno a las características del ecommerce y los marketplaces, así como a la visión y las soluciones de SAP al respecto.

Tras una ponencia de Miguel Uhagón, CX Presales Technical Architect de SAP Customer Experience, sobre las diferencias entre marketplace y ecommerce, Javier Alonso, Marketing & Commerce Advisor en Seidor, explicó todos los procesos a los que se enfrenta una compañía cuando decide iniciarse en el mundo del marketplace, con ejemplos como el de las tiendas WOW. También se habló de cómo hacer crecer al ecommerce con herramientas de fidelización, de cómo aumentar el catálogo de ventas y de los diferentes modelos de marketplace.

La sesión del Grupo de Trabajo de Customer Experience se celebró el 14 de marzo en las oficinas de SAP en Madrid, bajo la coordinación de Iciar Balza, responsable del grupo e International Experienced Executive en Gonvarri, y Paolo Duci, Solution Advisor en SAP Customer Experience

Además, se expusieron las soluciones ofrecidas por SAP: SAP ONE Office, para procesos integrados entre backend y frontend; SAP Commerce Cloud, como frontend de marketplace que permite la gestión de contenidos, de catálogo, de pedidos y el customer service, y la integración de Mirakl como plataforma de gestión.

SAP S/4 HANA

La reunión del Grupo de Trabajo de SAP S/4HANA del 23 de marzo giró en torno a la estrategia de SAP en torno a RISE, y estuvo presentada por Gerard Pasán, coordinador del grupo, con Noelia Soleres y Javier Gimeno, Business Architect & Innovation Lead y Digital Transformation Senior Executive en SAP, respectivamente, como ponentes.

La reunión comenzó con un repaso a la estrategia de mercado para SAP S/4HANA en 2023. A continuación, Gimeno abordó los principales aspectos del “viaje a RISE with SAP”: el modelo contractual, los paquetes incluidos en la Private Edition de RISE (Signavio, créditos BTP, Build..) y los servicios incluidos en el mismo, así como los roles y responsabilidades respectivos. ■



spinnerIT
Consulting S.L.

-SAP RISE & SAP S/4HANA-

*somos
la solución*

look@spinnerIT.com

www.spinnerIT.com



¡Brindemos por una experiencia de Cliente única!

POR **PAOLO DUCI**

CX Business Architect SAP España

Soy un adicto al café. La única forma en que puedo levantarme por la mañana es con una taza de buen café. Es por eso que elijo una marca de café que tenga aromas e intensidades únicos. Esta marca tiene canales de compra tanto en línea (a través de la aplicación móvil) como en tiendas físicas de la marca. Para estar al día de las últimas novedades y promociones de mi marca favorita de café, permito que la marca me envíe correos electrónicos, mensajes de texto y notificaciones push en mi móvil.

A lo largo del tiempo, me he dado cuenta de que la gestión bidireccional de mi interacción con esta marca es incoherente y no está armonizada. Recibo mensajes de marketing redundantes a través de diferentes canales, y si recibo un descuento, tengo que buscar el código correspondiente en la aplicación o en el recibo físico de mi última compra. Todo esto me agota, y sé que agotaría a cualquier persona.

La forma en que los consumidores interactuamos con las marcas ha evolucionado enormemente en las últimas décadas. En el pasado, las empresas solo tenían algunos canales disponibles para comunicarse con los consumidores, pero hoy en día, tenemos acceso a una amplia gama de canales de comunicación, como las redes sociales, los chatbots y los asistentes de voz.

Según el estudio de Francesca Taddei *La customer experience e i punti di contatto tra azienda e cliente*, hace quince años, los clientes tenían un promedio de dos puntos de contacto a lo largo de su experiencia de compra de productos, y solo el 7% de ellos usaba regularmente más de cuatro. Actualmente, los clientes usan seis puntos de contacto de media, y el 50% de ellos usa normalmente más de cuatro.

La aparición de estos múltiples puntos de contacto ha llevado a una complejidad cada vez mayor en la experiencia del cliente. Es por eso que cada vez más empresas están buscando formas de armonizar todos los canales para brindar una experiencia sin problemas, consistente y unificada.

Pero, ¿qué significa una experiencia de cliente unificada? ¿Cómo se logra? ¿Qué beneficios conlleva? Una experiencia de cliente unificada (UCX, Unified Customer Experience, por sus siglas en inglés) implica que los consumidores tienen una percepción consistente y coherente en todos los puntos de interacción, independientemente del canal de comunicación que utilicen. Esto se logra a través de la integración de múltiples canales de comunicación y sistemas en una única plataforma centralizada que unifique los datos del cliente para lograr una visión verdadera de 360 grados del perfil completo del cliente.



Actualmente, los clientes usan seis puntos de contacto de media, y el 50% de ellos usa normalmente más de cuatro

SAP propone, como bloque fundamental para construir una experiencia unificada, las soluciones de SAP Customer Data Management para la gestión de la identidad, el consentimiento y el perfilado de los clientes a lo largo de un recorrido que comienza con un primer contacto anónimo y continúa con la conversión a cliente, la fidelización y la transformación en promotor de la marca (el llamado *journey del cliente*).

La implementación de esa unificación beneficia en primer lugar al propio cliente. Un cliente cómodo y confiado en una marca será fiel, volverá, repetirá y renovará su experiencia de compra.

Veamos algunas de las formas en que una experiencia de cliente unificada puede también beneficiar a una empresa.

Construir una gestión de principio a fin considerando todos los puntos de contacto significa, en primer lugar, medir cada punto de contacto y cada canal para detectar su relevancia e influencia en el *journey*, la elección y, en última instancia, la decisión de comprar o no.



Este tipo de análisis conlleva dos beneficios principales:

- ▶ 1. Se convierte en una mina de datos y permite almacenar comportamientos y preferencias para cumplimentar el perfil del cliente.
- ▶ 2. Permite detectar los canales y puntos de contacto que hacen la experiencia de compra más consistente.

En resumen, analizar los puntos de contacto a través de diferentes canales permite entender mejor a los clientes, influir en su journey y detectar los pasos más críticos que hacen menos relevante su experiencia.

¿Cuál es el resultado? Una mejora en la fidelización del cliente. Al brindar una experiencia sin fisuras, una experiencia de cliente unificada puede mejorar la satisfacción y la lealtad del cliente. Si los consumidores tienen una percepción positiva en todos los puntos de contacto, es más probable que continúen comprando en la empresa. Además, una unificación puede ayudar a crear una marca más sólida y coherente, lo que puede aumentar aún más la lealtad del cliente a largo plazo.

La consolidación de los sistemas y procesos de comunicación en una única plataforma centralizada mejora la eficiencia de la empresa. La gestión de múltiples canales de comunicación puede ser costosa y compleja, pero con una gestión centralizada, la empresa puede mejorar la eficiencia de sus procesos de comunicación, ayudando a reducir costes de adquisición y retención de clientes gracias a una mejora de la lealtad y la satisfacción del

La consolidación de los sistemas y procesos de comunicación en una única plataforma centralizada mejora la eficiencia de la empresa

consumidor. Además, una experiencia de cliente unificada puede reducir el tiempo y los costes de soporte al cliente, ya que los clientes pueden encontrar soluciones a sus problemas de forma autónoma (a través de chatbots o asistentes virtuales) o a través de una única llamada.

Según estadísticas, una gestión unificada de puntos de contacto y canales puede aumentar las ventas en un 20%, reducir los costos en un 15% y mejorar la satisfacción del cliente en un 35% (QuestionPro: Gestión estratégica del Punto de Contacto).

En conclusión, es esencial que las empresas unifiquen y armonicen la experiencia del cliente en diferentes puntos de contacto y canales para proporcionar una percepción de marca personalizada y distinguida, lo que les permitirá diferenciarse de la competencia.

Por mi parte, brindo con una taza de café de mi marca favorita, con la esperanza de que pronto los descuentos sean más accesibles y estén digitalizados. ■

SIG Leads 2023

Después de dos años, 2021 y 2022, en los que se celebró en formato virtual, el SIG Leads ha vuelto a celebrarse físicamente, en esta ocasión en las oficinas de SAP en Rot, que han tomado el relevo al tradicional emplazamiento de la sede central de Walldor. El encuentro anual entre coordinadores de grupos de usuarios provenientes de ocho países y expertos de SAP ha tenido lugar a lo largo de dos días: 21 y 22 de marzo. En ellos se pudo escuchar la posición de SAP al respecto de las últimas novedades en cada una de las áreas, así como mejorar la coordinación y colaboración con SAP y entre los diferentes Grupos de Trabajo.

El primer día tuvieron lugar una presentación sobre las novedades en la estrategia de SAP para este año y una ponencia dedicada a SAP Build y cómo esta solución low-code ayuda a acelerar el desarrollo y la automatización de aplicaciones. Además, se celebró un panel de debate en el que se abordó cómo analizar y optimizar los procesos de negocio para facilitar el desarrollo e implantación de innovaciones disruptivas. Bert Schulze, miembro del área de Product Engineering de SAP S/4HANA, planteó el papel de S/4HANA y las funciones de BTP, y Wassilios Lolos, vicepresidente global y responsable del Centro de Excelencia de SAP Signavio, se encargó de comentar la utilidad de Signavio.

En la segunda jornada, tuvieron lugar las sesiones con miembros de los grupos de interés de las diferentes asociaciones de usuarios y expertos de SAP, sobre temas como finanzas, integración,

El encuentro anual entre coordinadores de grupos de usuarios provenientes de ocho países y expertos de SAP ha tenido lugar a lo largo de dos días: 21 y 22 de marzo

RISE with SAP, Business Process Intelligence, S/4HANA o experiencia de cliente y usuario. Entre los asistentes, hubo ocho miembros de AUSAPE: nuestro vicepresidente, vocal de Grandes Eventos y coordinador de Innovación, Nacho Santillana; el responsable de la Delegación Norte, Ander Aristondo, y los coordinadores de los grupos Financiero, Sara Antuñano; Advanced Analytics, Jordi Gelonch; Sector Público, José Javier Mediavilla, y BTP, David Ruiz, junto a la directora de Operaciones, Paz Linares, y Aida Bautista, encargada de Relaciones Internacionales dentro del equipo de la Oficina.

BTP

La sesión de BTP, a la que asistió David Ruiz, estuvo liderada por Arne Speck, Product Manager for SAP Business Technology Platform, que presentó la primera parte de la sesión. En esta se





mostraron las principales novedades respecto a los diferentes componentes que conforman el stack SAP BTP. El área que atrajo más tiempo de explicación y comentarios fue el componente de integración. Posteriormente se hizo hincapié en el mensaje sobre la estrategia de SAP BTP Unified Runtime, estrategia que pretende simplificar la experiencia de desarrollo y despliegue de aplicaciones enfocada a entornos multcloud. Se recordó que SAP BTP Neo ya no es un stack estratégico para SAP, mientras que sí lo es y será Cloud Foundry. Con ello, el mensaje principal enfatizó que la estrategia de SAP es que los servicios BTP serán multcloud y podrán ser consumidos desde cualquiera de los runtimes estratégicos -que son: Kyma basado en Kubernetes, Cloud Foundry y ABAP Runtimes- y encima de cualquier operador de servicios de infraestructura cloud (hyperscalers).

La segunda parte de la sesión fue liderada por Manuel Namyslo, Solution Manager for SAP Build Process Automation. Realizó una interesante sesión práctica sobre los tres pilares de los servicios que ofrece SAP Build dentro de BTP, que son SAP Build Apps (soluciones no-code), SAP Build Process Automation y SAP Build Workzone.

S/4HANA

En esta sesión estuvieron presentes, por parte de AUSAPE, Ander Aristondo y José Javier Mediavilla. La sesión comenzó con una introducción del roadmap previsto para S/4HANA y las extensiones de mantenimiento para las primeras versiones de S/4 que se alargarán hasta final de 2025.

Asimismo, SAP presentó y sometió a discusión los diferentes escenarios de migración: On Premise, Private Cloud y Public Cloud, con mención especial a RISE. También se discutió la importancia del negocio en un proyecto de migración a S/4, insistiendo en que no es un cambio técnico sino una oportunidad de innovación y digitalización del negocio.

De cara a la migración, se presentó el concepto de "Clean Core", es decir, que nuestro sistema SAP sea lo más cercano posible al estándar limpio, sin modificaciones. En caso de tenerlas, que estas se vayan adaptando con antelación al paso a S/4 y a la programación Cloud, presentando para ello las extensibilities disponibles, aunque sin olvidar que este concepto no se limita al código ABAP sino también a los procesos y los datos. Las posibilidades de extensibilities que se consideran según los distintos escenarios finales son: Key User Extensions (sin código ABAP), On-Stack Developer Extensions (ABAP Cloud) y Side-by-Side Extensions (extensiones de terceros)

FINANZAS

En la reunión del grupo Financiero, en la que estuvo presente Sara Antuñano, se trataron dos bloques principales: SAP Treasury and Working Capital Management, muy relevante en el entorno tan volátil en el que nos encontramos, y Transforming Finance with SAP S/4HANA Cloud Public Edition, con su relevancia en la evolución, e innovación, de las finanzas.

En las consultas posteriores que se hicieron por parte de los participantes, apareció el tema de BPC, que se discontinúa para



incluirlo en un entorno Analytics, que según comentaron desde SAP, es “agnóstico de sistema”. Además, se trató el tema de la ubicación de procesos relacionados con sostenibilidad, que SAP defiende que es una posición de negocio. En resumen, una actualización de hacia dónde va SAP, en el mundo “Finance”, en un entorno cada vez más cloud y con piezas que se van cambiando de sitio.

DATA & ANALYTICS

La reunión del Grupo de Trabajo de Data & Analytics, a la que asistió Jordi Gelonch, estuvo centrada en tres temáticas. En primer lugar, se presentó el nuevo producto SAP DataSphere como una evolución de Data Warehouse Cloud junto con la incorporación de Data Intelligence y los acuerdos con sistemas de terceros, como Collibra. De todas las funcionalidades de SAP Datasphere, se destacaron el Replication Flow, Analytics Model y el Catalog. También se hizo un repaso a cómo BW Bridge puede ayudar a traspasar todos los objetos de un BW tradicional a SAP DataSphere.

Dentro de SAP Analytics Cloud, se hizo un repaso a alto nivel de las 166 nuevas funcionalidades liberadas durante 2022, 110 de las cuales provienen de la lista de Influence Requests elaborada por los usuarios de SAC. Además, se presentaron las nuevas funcionalidades en las que SAP está trabajando; por ejemplo, la integración con Outlook y el desarrollo de mejoras coordinadas con SAP DataSphere.

Por último, se presentaron los nuevos reports disponibles en la funcionalidad Embedded Analytics para los sistemas S/4HANA alojados en el Public Cloud. También se repasó cómo cruzar datos de S/4HANA Public Cloud con otros datos externos a S/4HANA.

APPLICATION LIFECYCLE MANAGEMENT

De la sesión de Application Lifecycle Management (ALM), herramienta que ayuda a implementar y operar soluciones comerciales

Respecto al uso de ALM para la implementación, SAP Cloud ALM se complementa con SAP Activate Methodology para implementaciones de SAP Cloud

híbridas y de nube inteligente, Nacho Santillana destaca las diferencias que se plantearon entre SAP Cloud ALM y SAP Solution Manager. Así, se recomienda SAP Solution Manager para productos locales, mientras que SAP Cloud ALM está diseñado teniendo en cuenta las aplicaciones en la nube. Ambos productos tienen diferentes casos de uso y sirven a mercados diferentes.

Respecto al uso de ALM para la implementación, SAP Cloud ALM se complementa con SAP Activate Methodology para implementaciones de SAP Cloud. Se puede utilizar en todas las fases: descubrir, explorar, realizar y desplegar las fases de la metodología SAP Activate. Según se explicó, hay un panel de información general para realizar un seguimiento del estado general del proyecto e incorporar rápidamente a los miembros del equipo con varios roles. Es compatible con la gestión de procesos (SAP Signavio), la captura de requisitos durante los talleres de adaptación al estándar, la gestión de tareas, la gestión de pruebas, la gestión de implementaciones y muchas más características que se agregarán como parte de la hoja de ruta futura. Por lo tanto, actúa como una herramienta central para que todo el equipo de implementación colabore mejor durante las diversas fases de la misma. La sesión concluyó presentando el calendario previsto, el soporte y la documentación disponible. ■

EL XVIII FÓRUM AUSAPE VA TOMANDO FORMA

Aunque todavía falta más de un mes para que el Fórum AUSAPE 2023 abra sus puertas, ya vamos conociendo más detalles del que apunta a convertirse en un Fórum histórico, tanto por el objetivo de superar los 1.000 asistentes como por ser el primero que se va a celebrar fuera de la Península. El leitmotiv del XVIII Fórum AUSAPE será: "Persuasión tecnológica. Motivación en lo que queremos".

El espacio que acogerá la decimoctava edición del Fórum AUSAPE, el Palacio de Congresos de Palma de Mallorca, ha sido elegido por su amplitud y sus buenas condiciones acústicas. A ellas se une su ubicación frente al mar Mediterráneo, con una terraza que ofrece unas vistas espectaculares al mar y que resulta especialmente apropiada para el networking. Las fechas, martes 30 y miércoles 31 de mayo y jueves 1 de junio, se han ampliado a tres días, con el fin de incluir nuevas actividades el día anterior al comienzo oficial del Fórum, como una cena lúdica.

La agenda del 31 de mayo incluirá dos ponencias magistrales, más de 50 sesiones paralelas, espacio de exposición, networking y afterwork en la terraza del Palacio de Congresos. Por la noche, se celebrará la tradicional cena de gala, durante la cual se entregarán los premios AUSAPE y los galardones AUSAPE con la Salud, así como los donativos a entidades benéficas, que este año han aumentado hasta los 5.000 euros. El jueves 1 de junio tendrá lugar una sesión lúdica, seguida de la presentación de Anna Oró, directora de Operaciones de SAP, las sesiones de los Grupos de Trabajo de AUSAPE, más sesiones paralelas a cargo de nuestros partners, sesiones específicas de BTP y Sostenibilidad y una mesa redonda.



A fin de facilitar la asistencia a Mallorca, AUSAPE ya ha reservado 700 vuelos y 875 habitaciones de hotel y ofrecerá paquetes de pernoctación de dos noches a los asistentes. El Fórum AUSAPE 2023 ha despertado gran interés entre nuestros colaboradores especiales, que en poco más de una semana han completado la lista de patrocinadores. Para dar cabida a todos los partners que quieran estar presentes, está previsto ampliar el número de stands a 63. Además, la nueva app que se está desarrollando para ofrecer más servicios a los asistentes dará la opción de concertar citas en los stands, mejorando la interacción entre colaboradores especiales y asociados.

ESTRENAMOS PORTAL DE EMPLEABILIDAD

Una nueva iniciativa de nuestra asociación para fomentar la empleabilidad en el ecosistema SAP está ya en marcha: el Portal de Empleabilidad AUSAPE. Con este portal, al que se puede acceder en la dirección <https://ausape.org/portal-empleo> queremos ofrecer un medio para que profesionales cualificados y empresas que buscan talento SAP puedan ponerse en contacto.



El Portal está dirigido, por un lado, a candidatos que hayan finalizado un curso y/o master en cualquiera de las soluciones SAP y hayan obtenido un certificado oficial por parte del fabricante y, por el otro, a las empresas asociadas a AUSAPE que necesiten profesionales certificados en productos SAP. Esto incluye a futuros consultores en partners e integrantes de los departamentos de IT de los clientes.

Asimismo, el Portal de Empleabilidad funcionará como un lugar para hacer un seguimiento de las personas que quieren capacitarse en SAP y de su posterior incorporación al mercado laboral, compartiendo información entre los centros formativos, los empleadores y los estudiantes certificados.

Tanto AUSAPE como SAP confían en que este nuevo Portal ayudará a incorporar al ecosistema a profesionales certificados en las nuevas versiones, módulos y tecnologías de SAP, contribuyendo a solventar el déficit de talento derivado de la migración a SAP S/4HANA y el creciente número de soluciones y usuarios del entorno SAP.

AUSAPE mostró la labor de su Grupo de Trabajo en el SAP BTP Customer Forum

Con la intención de abordar las posibilidades de la SAP Business Technology Platform desde el punto de vista de los clientes, SAP preparó el 14 de marzo en Madrid una jornada presencial denominada SAP Business Technology Platform Customer Forum, en la que AUSAPE tuvo un papel principal de la mano del coordinador de nuestro Grupo de Trabajo de BTP, David Ruiz Badía.

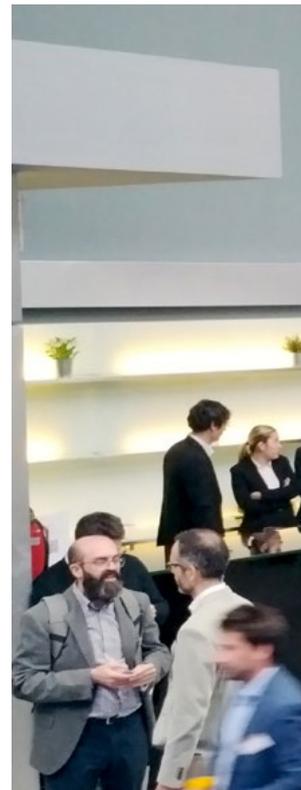
En la primera ponencia del evento, David Ruiz trasladó a los asistentes la historia y la función de AUSAPE: compartir experiencias y mejores prácticas, estar al día de la actualidad de SAP y representar a los clientes ante SAP con una sola voz. También explicó cuáles son los pilares de nuestra asociación: los Grupos de Trabajo, las Delegaciones y el Fórum, a los que se unen las acciones de comunicación y en el área internacional.

Sobre la Business Technology Platform, destacó la necesidad de conocerla bien para sacarle el máximo partido. Aquí cobra valor el papel del Grupo de Trabajo de BTP de AUSAPE, que ayuda a los clientes con sus sesiones técnicas sobre diferentes aspectos de la plataforma: unboxing, onboarding, gobernanza, escenarios de integración, construcción de aplicaciones, low code y no code, IA, automatización de procesos y casos de éxito de clientes. Por ello, Ruiz invitó a los presentes en el encuentro a unirse a la comunidad AUSAPE.

Además de la presentación de David Ruiz, el SAP BTP Customer Forum contó con la participación de destacados expertos de SAP y sus partners, junto a clientes que expusieron sus experiencias, todo bajo el leitmotiv “Creando la empresa inteligente con SAP BTP”. Jorge Pérez, director de Ventas de SAP BTP para el Sur de Europa, aseveró que, en unos landscapes más complejos, la BTP debe ser cada vez más interoperable y más abierta, aspirando a “convertirse en la plataforma operativa de los negocios de cualquier compañía”. Ragunath Ramanathan, Chief Revenue Officer de SAP BTP, conversó con Pérez sobre el poder de Business Technology Platform para facilitar la transformación digital. Ramanathan valoró su papel como plataforma para la innovación, para desarrollar nuevas aplicaciones e implementarlas de modo rápido y seguro. Sobre su visión del data management, avanzó que el nuevo SAP Built permite reunir en un solo espacio a clientes con desarrolladores de varios ámbitos: IA, RPA...

Desde Accenture, resumieron los cuatro pilares de su estrategia de adopción de BTP: diferenciación, cloud, arquitectura modular y metodología holística. Para hacer una adopción exitosa, según los especialistas de Accenture, se debe planificar con confianza, ejecutar con agilidad, innovar con excelencia y optimizar los costes.

En la primera ponencia del evento, David Ruiz trasladó a los asistentes la historia y la función de AUSAPE: compartir experiencias y mejores prácticas, estar al día de la actualidad de SAP y representar a los clientes ante SAP con una sola voz





Los clientes tuvieron su espacio en el Customer Panel moderado por Seidor, en el que Sergio Rubio, director de IT de Bidafarma y delegado en Andalucía de AUSAPE, intervino junto a Estrella Hernando (Calidad Pascual), Eva del Olmo (Mapfre) y Alfonso Ramírez (Grupo Virto). Los cuatro explicaron cómo han afrontado su viaje hacia la calidad del dato, así como los próximos retos que les esperan: comerciales, humanos, operativos, logísticos... y los relativos a crear una cultura del dato en las organizaciones que abarque la parte técnica y la del negocio.

A continuación, hubo tres sesiones plenarias conducidas por Syniti y Deloitte, OpenText y Tricentis. En ellas pudimos aprender más sobre el rol clave de los datos en la implementación de proyectos de transformación digital, sobre el uso de las capacidades dinámicas (percibir, aplicar y transformar) para afrontar la incertidumbre tecnológica y del mercado, y acerca de cómo asegurar la calidad con tests de datos y entornos para mitigar el riesgo y mejorar los proyectos de transformación de SAP.

Las sesiones de la tarde se dividieron en dos apartados: Análítica y planificación, e Integración, desarrollo de aplicaciones y APIficación. En el primero, se trabajó en el gobierno y maximización del valor de toda la información de que dispone la compañía, en la transformación de los procesos de planificación de la empresa y en la manera de convertir un conjunto caótico de datos en información valiosa. El segundo apartado se centró en cómo las aplicaciones pueden mover una gran cantidad de datos de alta calidad en tiempo real, con la ayuda de soluciones como SAP Integration Suite, SAP Advanced Event Mesh y SAP Built. Así, los ponentes plantearon cómo impulsar los procesos empresariales en tiempo real con una arquitectura basada en eventos, cómo optimizar la migración de SAP Process Integration o Process Orchestration a SAP Integration Suite, y el uso de tecnologías como IA, machine learning o RPA en la hiperautomatización de procesos.

Para concluir, y tras una ponencia sobre las capacidades de BTP para enriquecer SuccessFactors añadiendo funciones de integración, conexión, automatización y analítica, intervino Cathe-

rine Mbeng, vicepresidenta de Customer Success de SAP BTP. Mbeng habló del proceso hacia “la cima de la transformación de BTP”, ofreciendo soluciones tecnológicas para resolver problemas complejos de negocio y ayudar a las empresas a transformarse en organizaciones más innovadoras y competitivas, más inteligentes, sostenibles y preparadas para el futuro. ■



Emilio Osete, Co-Founder & CEO Digiú Digital Group, expertos en CX

"El mayor reto de SAP en CX no son sus soluciones, sino el 'foco'. El negocio alrededor del Backoffice con S/4HANA es tan grande, que muchas veces no priorizan estas áreas. La suite es excepcional"



¿QUIÉN ES EMILIO OSETE Y CÓMO NACE DIGIÚ DIGITAL?

Estudié Economía, llevo toda mi carrera en el mundo de la consultoría ligada a la tecnología -mundo que me apasiona-, y fundé Digiú en 2019 junto con mi socio -Willy Möller- a raíz de una operación de 'management buyout' de la práctica internacional de FH. Compañía que entonces dirigía para la región EMEA y hoy forma parte del grupo NTT Data.

Con respecto a Digiú, somos una consultora tecnológica especialista que nació con el propósito de acelerar la digitalización de las grandes empresas, aportando al mercado europeo y latinoamericano un expertise diferencial en el nicho de soluciones del área de Cliente, denominadas por SAP "Customer Experience".

¿Y CÓMO HA SIDO LA TRAYECTORIA DE DIGIÚ?

Creo que se explica entendiendo cómo fueron nuestros inicios. Aterrizamos en Europa, como FH, a finales de 2016 para hacer el primer proyecto a nivel mundial sobre SAP Hybris/Commerce en el Cloud de Azure, que en aquel entonces estaba muy lejos tecnológicamente de Amazon AWS. Por aquellas fechas se nos conocía como los "especialistas en Hybris", y desde entonces hemos multiplicado nuestro tamaño y nos hemos diversificado a nivel de soluciones de cliente y proyectos.

Seguimos teniendo un equipo muy talentoso, joven e internacional, y seguramente -si no el mayor-, uno de los mayores especialistas de soluciones de CX del Sur de Europa. Y todo sin cambiar nuestro ADN, que es la pasión por los retos y las transformaciones tecnológicas complejas.

¿CÓMO ES EL MERCADO DE ESTAS SOLUCIONES DE CX?

A diferencia del ERP y soluciones denominadas de Backoffice, donde SAP es

predominante, en las áreas de cliente existe una gran atomización. Con una presencia muy importante de Salesforce -sobre todo en CRM- así como de otros fabricantes, e incluyendo soluciones a medida en muchos casos, la realidad es que los clientes no tienen una tecnología única en estas áreas.

¿ENTONCES QUÉ APORTA UN PARTNER COMO VOSOTROS EN EL ECOSISTEMA TRADICIONAL DE PARTNERS DE SAP?

Los partners tradicionales tienen su negocio casi en su totalidad enfocado alrededor del ERP, cuentan con pequeñas prácticas de estas soluciones de CX, que han nacido como oportunidad de negocio. Las grandes consultoras se dividen normalmente por tecnología.

Nuestro enfoque es totalmente diferencial. Llevamos más de 20 años con dedicación exclusiva a las soluciones digitales de cliente, lo que nos posiciona como líderes claros por know-how y experiencia, habiendo desarrollado más de 500 proyectos de CX.

Por ejemplo, trabajamos con Hybris desde 2006 mucho antes de su adquisición por SAP en 2013 y hemos evolucionado como compañía de forma natural hacia un ecosistema donde conviven muchas tecnologías y fabricantes (Salesforce, Spryker, entre otros).

Estas áreas de cliente necesitan especialistas, y nosotros buscamos revolucionar el área del cliente y su negocio a través de canales digitales.

¿CÓMO VES LA ESTRATEGIA DE SAP EN ESTAS ÁREAS?

El mayor reto de SAP no son sus soluciones, sino el 'foco'. El negocio alrededor del Backoffice con S/4HANA es tan grande, que muchas veces no priorizan estas áreas. Por otra parte, todos los fabricantes (no solo SAP) han crecido en estas soluciones vía

adquisiciones, por lo que han creado un discurso muy cambiante.

Hablando propiamente de herramienta, SAP tiene una estrategia 'end-to-end' diferencial que, siendo bien aprovechada y pudiendo convivir con otras soluciones, tiene unas ventajas competitivas muy importantes.

¿ENTONCES, CREE QUE SAP ESTÁ AHORA EN EL BUEN CAMINO?

La suite es excepcional. Y aceptando que SAP en este mundo de cliente debe aprender a convivir en ocasiones con otras soluciones, el potencial para las marcas es enorme. Nosotros siempre decimos a nuestros clientes que deben abstraerse del 'marketing' de los fabricantes y buscar las mejores estrategias en cada caso, pues estas herramientas nacen para crear nuevos ingresos y atraer nuevos clientes; no se trata de soluciones de backoffice.

¿UNA CURIOSIDAD, POR QUÉ VUESTRO LEMA EN INGLÉS ES "DIGITALIZATION AS SIMPLE AS POSSIBLE"?

El concepto de "digitalización" o "transformación digital" está en boca de todos pero muchas veces se mezcla. "Digitization" es convertir lo analógico en digital y muchas compañías creen que esto las hace 'digitales'.

Sin embargo, "Digitalization" es mover todos nuestros procesos a modelos digitales, lo cual cambia la estructura de nuestra cuenta de resultados.

La digitalización es compleja, pasa por crear canales y herramientas que mezclan estrategias tradicionales u offline con otras digitales, creando a la vez una transformación organizativa completa.

Es lo que nosotros llamamos el 'shift' digital, donde nuestros ingresos pasan a ser cada vez en mayor medida dependientes de modelos y canales digitales. ■

#1 Expertos en SAP CX

El mayor especialista exclusivo de soluciones de Customer Experience del Sur de Europa

Tenemos una trayectoria única, trabajando desde 2006 con soluciones CX (eCommerce, sales/CRM, marketing servicios y gestión de datos).

Somos expertos en estrategia para digitalizar los canales de relación con clientes, así como en integración y desarrollo digital.

Nuestra Suite y Servicios Exclusivos para CX



CX Commerce (SAP): más de 150 extensiones “out of the box” para E-Commerce, estándar 100% SAP y listas para ser instaladas en pocas horas!



AMSmart: modelo exclusivo de soporte global, con atención 24x7x365. Adecuado para cualquier tipo de aplicación o tecnología.



ASAPUpdate: metodología exclusiva de upgrade para soluciones SAP Commerce con el mínimo riesgo y tiempo de ejecución.



CX Plug&Play: generación de modelos B2B2X y marketplaces basados en SAP Commerce en un proceso guiado en 10 minutos.



Integration HUB: implementación de modelos multicloud reales, que garantiza su uso eficiente en entornos como Microsoft Azure, Google Cloud o Amazon AWS.



CX In-Store: solución de venta guiada para optimización del proceso comercial en tienda.



CX Monitoring: monitorización de aplicaciones que permite a los usuarios entender qué está pasando en su E-Commerce o solución CX de una forma sencilla e interactiva. Multiplataforma.



Multilanguage Spartacus: Extensión exclusiva para habilitar portales multidiomas con tecnología headless. Habilitamos nuevos idiomas para SAP Commerce en 24 horas!



Mónica de Pablos, Head of Competences Southern Europe SAP Atos

¿CÓMO AFRONTA LA PRÁCTICA DE SAP IBERIA LAS NECESIDADES DE RECICLAJE Y CRECIMIENTO DE SUS EMPLEADOS SAP?

En Atos somos conscientes de que, en el mundo de SAP, la tecnología y las soluciones están en continua evolución, por lo que demandamos profesionales que siempre estén “a la última” en todos y cada uno de los nuevos retos que nuestros clientes demandan.

Desde la **Práctica de SAP**, nos focalizamos en la **capacitación y mejora continua**, apostando por la formación y realizando una **inversión constante** en el desarrollo y actualización de la oferta formativa para todo nuestro equipo de Consultores SAP.

En Atos tenemos como objetivo prioritario, **aportar valor real** en el mercado, contando con expertos de dilatada experiencia en el sector, acreditados siempre en las últimas tendencias y Certificaciones oficiales de SAP. Como dato a destacar, **en el año 2022** hemos **duplicado nuestro número de certificaciones SAP**, de manera que disponemos de equipos experimentados con alta cualificación en soluciones como **RISE with SAP, Cloud, ISU, BTP, Descarbonización**, entre muchas otras.



¿CUÁL ES EL ENFOQUE DE LA FORMACIÓN SAP DENTRO DE LA PRÁCTICA?

Somos una **organización que valora y fomenta el aprendizaje permanente**, ya que como consultores necesitamos adaptarnos, innovar y **mejorar nuestras habilidades**, basándonos en **tres pilares** fundamentales:

Cultura de Aprendizaje Corporativa: Establecemos objetivos de formación periódicos y **planes de formación individualizados**, alineados con los planes de carrera de cada profesional.

Liderazgo Colaborativo: Tutorizamos y hacemos seguimiento con nuestros impulsores de carrera facilitando la consecución de los objetivos. Disponemos de un

Programa de liderazgo y gestión de competencias que **dinamiza** el crecimiento y desarrollo a lo largo de la carrera profesional de todas las personas del equipo.

Ecosistema Formativo: Contamos con una gran variedad de recursos internos y externos para cubrir nuestros objetivos: **formación continua** (Learning Hub, Certification Hub, Idiomas, Atos University), **workshops internos de soluciones de SAP** basados en las mejores prácticas y dirigidos por nuestros expertos, **becas de formación reglada a través del programa “Cantera Digital”** en colaboración con Universidades y Centros de Formación Profesional, para incorporar talento.

Adicionalmente, participamos activamente en la **dirección y docencia de programas oficiales de formación de SAP** en Universidades y Escuelas de Negocio.

¿QUÉ TIPO DE FORMACIÓN O CATÁLOGO DE CONTENIDOS SAP, TENÉIS PREVISTO REALIZAR DENTRO DE ATOS?

Por una parte, impulsamos la **adquisición de Certificaciones Oficiales de SAP** más demandadas en cada momento de todos los nuevos productos y soluciones SAP.

Nuestro objetivo es aportar **“valor diferencial”** en todos los proyectos que abordamos dentro de SAP, con un equipo de consultores **“altamente cualificados”** que, además de conocer la tecnología, cuentan con las competencias necesarias para poder dar el mejor servicio, adaptándose a las necesidades propias de cada cliente.

Por otra parte, y en la misma línea de **perseguir la excelencia**, planificamos **formación en Idiomas** para el **perfeccionamiento progresivo de habilidades de comunicación**, que posibiliten la colaboración **internacional y Global** dentro de la Práctica de SAP en las diferentes regiones del mundo donde nos encontramos.

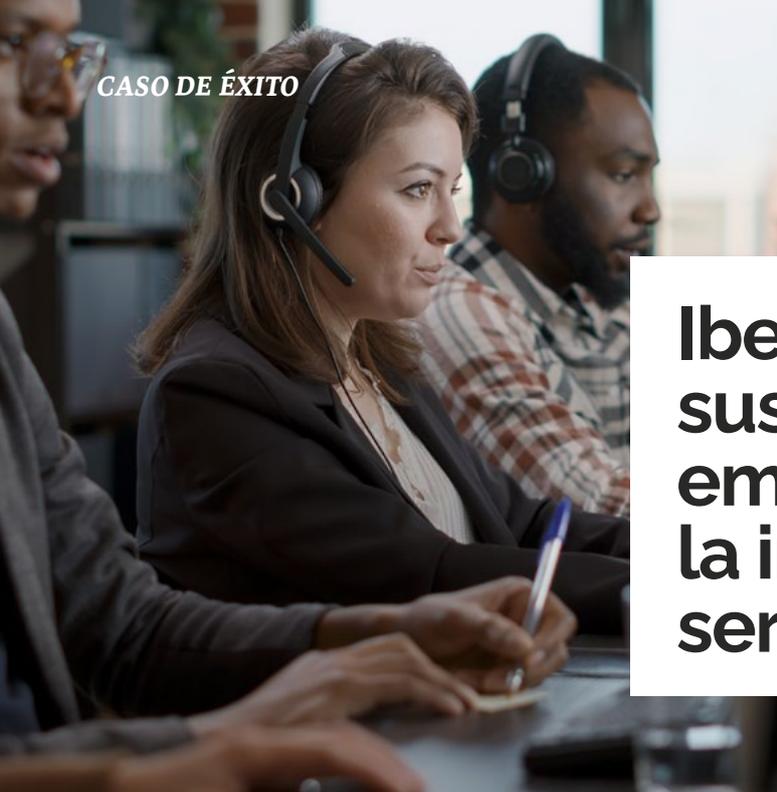
FINALMENTE, ¿QUÉ IMPORTANCIA TIENE PARA ATOS LA FORMACIÓN DE SUS EMPLEADOS EN SAP?

Lo que nos diferencia es que **diseñamos y ejecutamos planes de formación “dirigidos”**, es decir, los configuramos de forma personalizada en función de la posición desempeñada dentro de nuestro modelo de carreras, y **siempre con un enfoque de “utilidad”**, tanto para la persona involucrada como para el negocio que desarrollamos. Entendemos que el **crecimiento personal y desarrollo de cada una de las personas del equipo** es un factor de éxito para una profesión que requiere aportar soluciones que estén a la vanguardia tecnológica y generar **relaciones de confianza** con nuestros clientes, como valor diferencial. ■

Atos, certificaciones,
experiencia y
metodología
para tus
proyectos de
transformación
SAP



Atos



Ibersnacks mejoró sus procesos empresariales gracias a la implementación del servicio de Altim AM

POR CAROLINA FERNÁNDEZ
Altim

Altim ayudó a incrementar la eficiencia de Ibersnacks en unas jornadas de discovering de sus procesos.

La implementación del sistema SAP ha sido un paso fundamental para el éxito de muchas empresas en todo el mundo. Sin embargo, para mantener el rendimiento óptimo del sistema es crucial contar con un soporte adecuado.

EL RETO: MEJORAR LA EFICIENCIA EN LA ATENCIÓN AL USUARIO FINAL Y LOS PROCESOS DE IBERSNACKS CON UN SERVICIO DE SOPORTE AM DE SAP.

Ibersnacks, empresa líder durante casi 20 años en el mercado español gracias a su reputación ofreciendo productos de alta calidad, estaba experimentando problemas en la atención y soporte a sus usuarios finales en incidencias y mejoras de procesos ejecutados en SAP. La empresa se había expandido rápidamente en los últimos años y su sistema de gestión necesitaba crecer al ritmo de sus necesidades. Ibersnacks estaba buscando una compañía capaz de dar soporte correctivo y evolutivo sobre su solución para mejorar su eficiencia y, después de considerar varias opciones, decidió implementar un servicio de soporte AM de SAP con Altim.

LA SOLUCIÓN: EL SERVICIO DE ALTIM AM ATENDIDO POR UN EQUIPO DE CONSULTORES EXPERTOS EN SAP

Altim, una empresa de consultoría especializada en productos y servicios de SAP con más de 20 años de experiencia, fue seleccionada por Ibersnacks para implementar el sistema de soporte Altim AM. Inicialmente, Altim decidió enviar a su equipo de consultores expertos en SAP a Ibersnacks para hacer unas jornadas de discovering de sus procesos a modo de KTP (Knowledge Transfer Program). El equipo de Altim identificó que una de las principales necesidades de Ibersnacks era mejorar la eficiencia en la gestión de los pedidos de clientes. Para ello, se realizó una reingeniería de procesos con la finalidad de hacer más ágil la gestión de los pedidos y reducir el tiempo de espera entre el pedido y la entrega al cliente.

Una vez implementado este servicio, se lograron mejoras significativas en la eficiencia de los procesos de Ibersnacks. En concreto, el tiempo de respuesta en la gestión de los pedidos de clientes

se redujo en un 30%, lo que permitió a la empresa mejorar la satisfacción de sus clientes y aumentar su capacidad de respuesta. Asimismo, y como consecuencia de la mejora de procesos, la productividad de los empleados mejoró significativamente hasta el 15%.



EL RESULTADO: UNA RÁPIDA ADAPTACIÓN Y MEJORAS EN LA EVOLUCIÓN DE LOS PROCESOS

Altim demostró su amplia experiencia en la industria y su capacidad de comprender los procesos específicos y las necesidades de Ibersnacks. En consecuencia, la compañía logró mejorar significativamente la eficiencia de sus procesos y aumentar la productividad de sus empleados. La colaboración con Altim fue clave para el éxito de la optimización de procesos en Ibersnacks.

Además, Altim también proporcionó a los empleados de Ibersnacks la formación necesaria para utilizar el sistema SAP de manera efectiva de tal manera que fueron capaces de trabajar de manera autónoma lo que resultó en un ahorro significativo de tiempo para la empresa. ■

PERSUASIÓN TECNOLÓGICA

MOTIVACIÓN EN LO QUE QUEREMOS



XVIII
FÓRUM

2023 **30/31** MAYO
1 JUNIO
PALMA DE MALLORCA

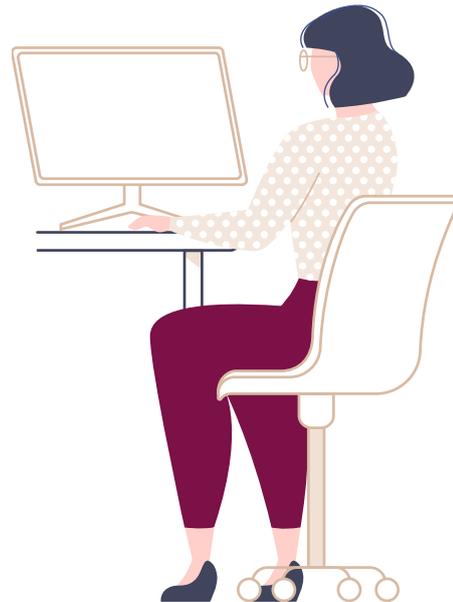
www.ausape.com

Segrega tu sistema SAP de la mano de Oreka IT

Desde Oreka IT colaboramos con el cliente para separar su módulo HCM en un sistema SAP independiente.

POR **OIER RUIZ DE LOIZAGA**

Responsable del área Administración de Sistemas en Oreka IT



EL RETO

Los clientes que en la actualidad disponen del módulo SAP HCM integrado en un mismo sistema SAP ECC o S/4HANA y especialmente los que disponen del motor de nómina, deben tener sus sistemas actualizados de manera frecuente de cara a cubrir cualquier requerimiento legal que pueda surgir en este proceso.

Esto afecta de forma directa en el negocio, dado que cada vez que se realiza una subida de parches pueden surgir distintos impactos, desde la disponibilidad de los sistemas hasta la coordinación de los planes de prueba con los distintos equipos de trabajo (Finanzas, Logística, Recursos Humanos...).

La solución que se plantea es extraer el módulo SAP HCM del sistema actual y convertirlo en un nuevo sistema independiente, pero totalmente integrado de forma estándar con el resto de procesos SAP.

LA SOLUCIÓN

La migración del módulo HCM de un sistema a otro se consigue con la herramienta estándar de SAP para estos casos "SAP Landscape Transformation".

SAP Landscape Transformation 2.0 es una herramienta que permite a las empresas alinear su landscape de sistemas SAP después de una reestructuración de negocio, actualización de procesos existentes, integración de nuevas empresas o eliminación de datos. SAP LT garantiza la completa coherencia e integridad de los datos en proyectos de transformación, como migraciones y conversiones de datos.

Con un centro de trabajo evolucionado, una mayor integración funcional y un rendimiento optimizado, SAP LT dispone en estos momentos de 29 soluciones de transformación preparadas para cubrir los requisitos de principio a fin, desde la preparación hasta la puesta en marcha y el soporte.

Entre estas 29 soluciones, se encuentra la solución "Split SAP ERP HCM Data with Matching Releases", dentro del bloque "Consolidación y reducción de costes de TI".

Con esta solución se puede dividir partes de los datos de SAP ERP HCM y dividirlos en un nuevo sistema SAP ERP HCM independiente. Para ello, el sistema de destino y el sistema original deben cumplir una serie de requisitos.

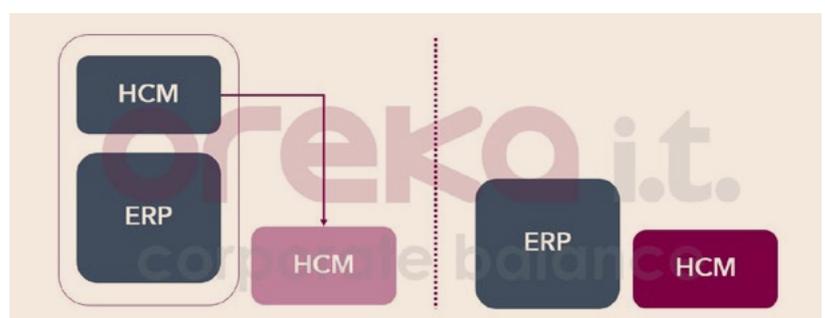
CARACTERÍSTICAS

- ▶ Permite transferir datos del sistema SAP ERP HCM desde un sistema emisor a un sistema receptor basado en las tablas HCM seleccionadas.
- ▶ Existe una base de conocimientos para poder identificar las tablas HCM más relevantes.
- ▶ Mediante una opción de búsqueda se pueden identificar las tablas específicas de cliente.
- ▶ Desde el sistema emisor, se podrán transferir los siguientes datos del sistema SAP ERP HCM existente:
 - † Todas las tablas SAP Netweaver
 - † Todas las tablas HCM
 - † Tablas no-HCM relevantes para las tablas HCM
 - † Tablas definidas por el cliente que se encontraron utilizando la función de búsqueda.
 - † Tablas individuales definidas por el cliente que se incluyeron en el split.

BENEFICIOS

Los principales beneficios de este proyecto son:

- ▶ Ahorro significativo en la fuerza de trabajo empleada por la compañía en la validación de los sistemas cada vez que se aplique una actualización, dado que la única área de negocio impactada será la de Recursos Humanos.
- ▶ Sistema de HCM al día, actualizado según las recomendaciones de SAP.
- ▶ Independencia en la toma de decisión sobre la migración a S/4HANA al independizar el camino del módulo de HCM del resto. ■



oreka i.t.

corporate balance



***fortalecemos tu empresa
implantando mejoras en sus procesos de gestión***

  | 945 067 219

orekait@orekait.com | www.orekait.com



NEWSLETTER



SAP Business Technology Platform: la plataforma de desarrollo empresarial perfecta para la transformación digital

T4S Advance Solutions primer y único partner SAP Certified in SAP BTP Operations en España.

POR **JOSÉ IGNACIO ANDRÉS DE ROA**

Head of SAP BTP practice at T4S.

En la actualidad, en un mundo tan cambiante y conectado, las empresas están obligadas a hacer frente de una manera ágil a los cambios que la sociedad tan rápidamente demanda. La transformación digital es una necesidad clara para cualquier empresa que busque mantenerse en primera línea siendo lo más competitiva posible.

Por ello, la tecnología es un factor clave para poder adaptar los procesos de negocio lo más rápido y con la mayor eficiencia posible; en este marco SAP Business Technology Platform (SAP BTP) se presenta como la plataforma de desarrollo empresarial perfecta para poder conseguir que las organizaciones puedan alcanzar sus objetivos de transformación digital de manera más efectiva y eficiente.

SAP BTP permite realizar todas las tareas necesarias que necesitan las organizaciones en su proceso de digitalización: crear, integrar y extender aplicaciones en la nube, on-premise o en cualquier dispositivo debido a que SAP BTP ofrece una amplia variedad de herramientas y servicios:

- ▶ **SAP HANA Cloud:** una base de datos en memoria que permite un acceso rápido a la información y un análisis en tiempo real.
- ▶ **SAP Cloud Platform Integration:** herramienta de integración para conectar aplicaciones y servicios de manera sencilla.
- ▶ **SAP Cloud Platform Mobile Services:** plataforma de desarrollo de aplicaciones móviles, que permite la creación de aplicaciones nativas e híbridas.



Aparte de esta necesidad de digitalización, innovación y adaptación de los procesos de negocio, muchas de las empresas que utilizan SAP se encuentran inmersas en el proceso de migración de sus sistemas SAP ERP a la nueva versión SAP S/4HANA

- ▶ **SAP Fiori:** interfaz de usuario intuitiva y personalizable para aplicaciones empresariales.
- ▶ **SAP Build Work Zone:** solución de lugar de trabajo digital que centraliza el acceso a soluciones SAP y no SAP que ayuda a mejorar la productividad al proporcionar un punto de entrada central de acceso a aplicaciones empresariales, procesos y capacidades de colaboración.
- ▶ **SAP Analytics Cloud:** herramienta de análisis y visualización de datos en tiempo real.
- ▶ **SAP AI Core y SAP AI Launchpad:** Plataforma completa para el desarrollo, entrenamiento y despliegue de modelos de ML.

Un ejemplo claro de la innovación que nos ofrece SAP BTP es la integración que desde T4S estamos desarrollando entre SAP S/4HANA con ChatGPT de OpenAI para la mejora de las relaciones de las empresas con sus proveedores realizando tareas de bajo valor para negocio de forma automatizada y mediante lenguaje natural.

T4S
a VASS Company

Primer y único partner SAP® en España SAP Certified in SAP BTP Operations

- SAP Certified**
in Hosting Operations
- SAP Certified**
in SAP HANA Operations
- SAP Certified**
in Cloud and Infrastructure Operations
- SAP Certified**
in SAP BTP Operations

SAP
Gold Partner

Aparte de esta necesidad de digitalización, innovación y adaptación de los procesos de negocio, muchas de las empresas que utilizan SAP se encuentran inmersas en el proceso de migración de sus sistemas SAP ERP a la nueva versión SAP S/4HANA. Durante el assessment previo al proyecto de migración o conversión, están observando la existencia de un gran número de aplicaciones satélites, alrededor de sus sistemas SAP, implementadas con tecnologías heterogéneas y que cada vez se les hace más difícil y costoso de mantener. Una buena práctica consiste en migrar estas aplicaciones satélites a la plataforma SAP BTP, asegurando de esta manera que, cuando realicen la migración a SAP S/4HANA, no van a tener ningún problema durante el proceso de migración e integración.

La apuesta de SAP por RISE (Realize, Innovate, Sustain, and Enhance) convierte a SAP BTP en una herramienta fundamental para innovar, mantener el core limpio “clean core” y realizar mejora continua de los procesos de negocio basados en tecnología SAP centrándose en cuatro áreas clave:

Con el objetivo de ayudar a nuestros clientes de una manera eficiente, hemos conseguido ser el primer partner de SAP en España SAP Certified in SAP BTP Operations

- ▶ **Realize:** implementar SAP S/4HANA para lograr la transformación digital.
- ▶ **Innovate:** crear nuevas aplicaciones y servicios en la nube.
- ▶ **Sustain:** mantener el core limpio y actualizado, para garantizar la eficacia y eficiencia de la plataforma.
- ▶ **Enhance:** mejorar continuamente las aplicaciones y servicios existentes, mediante un proceso de innovación continua.

En T4S estamos convencidos de que SAP BTP es la plataforma de tecnología imprescindible para que las empresas afronten los nuevos retos que conlleva la digitalización de sus procesos tanto dentro del mundo SAP como no SAP.

Con el objetivo de ayudar a nuestros clientes de una manera eficiente, hemos conseguido ser el primer partner de SAP en España SAP Certified in SAP BTP Operations. Lo que nos acredita, tanto en experiencia de empresa como en las certificaciones de nuestros consultores, como el partner de SAP ideal para ejecutar los diferentes servicios que se necesiten realizar sobre SAP BTP: desde la “configuración y planificación», «desarrollo, construcción y pruebas», «puesta en marcha y monitorización» y «mejora continua y optimización de rendimiento» en lo que a SAP Extension Suite con CAP-Development, SAP Build solutions, Data-to-Value y SAP Integration Suite se refiere. ■



Los retos de la estrategia Multi-Cloud

POR ALFRED ROIG

Managing Director en Convista

De todas las tecnologías que facilitan la digitalización de nuestras empresas, hay una cuyo nivel de adopción es masivo y cuyas ventajas son inmediatas, se trata del Cloud.

Estas Infraestructuras como Servicio (IaaS) y Plataformas como Servicio (PaaS) han pasado a formar parte del ecosistema IT de la mayoría de empresas proporcionando cientos de servicios de todo tipo: Almacenamiento, computación, integración de sistemas, desarrollo de aplicaciones, bases de datos, servicios de analítica avanzada, AI/ML y un largo etcétera.

AWS, Azure y GCP son los llamados hyper-scalers más conocidos si bien, Alibaba, Oracle e IBM disponen de plataformas con servicios muy similares y otras IaaS como Huawei, Gigas, etc.

La flexibilidad, agilidad, escalabilidad y el pago por uso son los principales beneficios que nos aporta el Cloud sin olvidar que se amplían las opciones de comparación de servicios, se reduce el lock-in de proveedor, se mejoran los tiempos de latencia según la ubicación de los usuarios y las regiones de la plataforma escogida y se mejora la resiliencia en la estrategia de disaster recovery apoyándose en múltiples regiones o incluso múltiples Cloud.

Pero un entorno Multi-Cloud también conlleva varios retos, el uso de distintos servicios ubicados en diversas plataformas Cloud plantea un primer reto a nivel de seguridad y de conectividad. Por un lado, queremos gestionar los usuarios y permisos de forma centralizada, y por otro lado, los distintos Cloud deben poder comunicarse entre ellos y con la infraestructura On-premise existente.

La gestión de los costes se convierte en algo crucial, aparecen múltiples formas de realizar las tareas y la optimización del uso de recursos es clave para mantener unos costes ajustados.

En un entorno Multi-Cloud existe mucho solape de servicios presentes en varios proveedores, algunos perfectamente compatibles y otros que necesitan una estrategia clara desde el departamento de IT.

Deberíamos, por ejemplo, tener una estrategia clara en Analytics, si optamos por un DataLake, un Deltalake (Databricks), una plataforma como Snowflake o una basada en los servicios SAP en BTP. Otra estrategia para los servicios de AI/ML, una estrategia de IaaS donde centralizamos los servidores, una estrategia global de backup y seguridad, una estrategia para el desarrollo de aplicaciones. En definitiva, se trata de escoger qué vamos a utilizar de cada proveedor Cloud y no dejar que se desarrolle un caos de sistemas y servicios sin un diseño previo de arquitectura empresarial.

¿Cómo encaja SAP en este entorno? Si hablamos de S/4HANA, podemos escoger nuestra Private Cloud Edition en los principales



Lo más interesante es que ahora nuestro SAP es un actor más de lo que Gartner llama la *Composable Enterprise*

hyper-scalers, también la SAP Business Technology Platform (BTP) que ofrece otros cientos de servicios en modo PaaS puede alojarse en estos entornos cloud.

Lo más interesante es que ahora nuestro SAP es un actor más de lo que Gartner llama la Composable Enterprise. Podemos conectar múltiples aplicaciones de negocio como Salesforce, ServiceNow, Workday, Ariba, Coupa, nuestras soluciones de e-commerce, todo mediante APIs y comunicación asíncrona de eventos. Podemos orquestar procesos entre nuestras aplicaciones, utilizando todo el portfolio de servicios que nos proporcionan los entornos Multi-Cloud.

Por último, el portfolio de aplicaciones se abre al mundo SaaS, miles de aplicaciones accesibles como servicio y que pueden y deben ser integradas en nuestros entornos Multi-Cloud a nivel de seguridad, monitorización, integración de la información analítica y de producción de eventos consumibles por el resto de servicios. ■

CONVISTA:

Su partner
para la
**transformación
digital**



+350

clientes

De diferentes sectores

+500

proyectos

Con el estándar de SAP y
soluciones propias

+1000

personas

Especialistas en
consultoría SAP

Combinamos el **conocimiento** de procesos y soluciones con
la **pasión** en cada uno de nuestros proyectos.

How we work

QUALITY THROUGH
DEDICATION.

CONVISTA:

What we promise

BETTER PEOPLE
BETTER TRANSFORMATION

Recursos humanos: cómo adaptarse a las necesidades cambiantes y a la dinámica del mercado

POR IÑAKI NOGRARO

Employee Experience Manager de SAP HXM en NTT DATA

En un mercado empresarial cada vez más dinámico, es fundamental que las empresas sean capaces de adaptarse a los cambios del mercado y a las nuevas tendencias. Una de las principales áreas de atención debe ser la gestión de los recursos humanos, que debe estar en sintonía con las necesidades de la empresa y con la evolución del mercado.

EL VALOR DE LA TECNOLOGÍA EN LOS DEPARTAMENTOS DE RRHH

Con solo el 13 % de los empleados satisfechos con su experiencia a la hora de usar sistemas de gestión tradicionales que consumen mucho tiempo y son complejos, muchas empresas han comenzado un proceso de modernización de sus sistemas con la migración a herramientas más avanzadas. La tecnología de SAP tiene el poder de transformar los departamentos de recursos humanos y elevar la experiencia de los empleados de principio a fin, mejorando las tasas de retención de talento. Desde NTT DATA definimos un proceso integral para transformar digitalmente los departamentos de recursos humanos con la ayuda del software SAP y, gracias a nuestro amplio conocimiento en esta tecnología, implementamos de manera eficiente la gama completa de productos de SAP con el objetivo de tener un viaje y una experiencia de empleado totalmente integrados.

Cumplir con esta expectativa trae sus beneficios. El uso de SAP en la gestión de empleados aumenta la precisión de los registros, la velocidad del procesamiento de datos y la accesibilidad de la información clave. Los sistemas están optimizados para reducir errores y retrasos, e incrementar la funcionalidad y el enfoque. Es un paso adelante en comparación con las limitaciones de los sistemas de gestión tradicionales.

Entonces, ¿cuáles son las capacidades de SAP en la gestión de empleados?

OPTIMIZAR EL CICLO DE VIDA DE LOS EMPLEADOS

Para maximizar la retención de talento, se debe considerar todo el ciclo de vida del empleado, desde la búsqueda de empleo hasta la entrevista de salida. Con SAP, es posible monitorear y optimizar todo este ciclo. Es una forma segura y eficiente de almacenar datos sobre los profesionales a medida que avanzan a través de los departamentos en el proceso de entrevistas, contratación, incorporación, capacitación, etc. Toda la información relevante relacionada

con esta experiencia se almacena de forma segura y es accesible para el personal autorizado.

SAP define los puntos críticos de interacción en el ciclo de vida del empleado con el propósito de garantizar que esté tranquilo, feliz y cumpliendo su función. Además de esto, el sistema se puede usar para implementar una estrategia de escucha de los profesionales que recopila comentarios de manera constante en lugar de esperar instancias específicas. Esto le da a los empleados voz y al negocio la oportunidad de responder de manera conveniente.

Además, es posible brindar retroalimentación a los empleados a medida que las capacidades de SAP analizan los datos recopilados sobre ellos y se calcula una puntuación de desempeño. Esto brinda una imagen precisa de cómo le está yendo al empleado y cualquier respuesta necesaria por parte de la gerencia y RRHH para garantizar que mantienen una fuerza laboral productiva que es un activo para el negocio.

AUMENTAR LA EFICIENCIA EN LA PLANIFICACIÓN DE TURNOS Y EL SEGUIMIENTO DE LAS HORAS DE TRABAJO

Una capacidad clave para los departamentos de recursos humanos de ciertas industrias, como por ejemplo el sector manufacturero, es la capacidad de realizar un seguimiento preciso de las horas trabajadas de cada empleado y organizar los turnos. A través de SAP se desbloquean estas barreras a la perfección. SAP se ha aliado con SAP Workforce Software para permitir la planificación de turnos y ofrecer a las empresas la opción de distribuir horarios. En lugar de esperar a que los managers envíen los próximos horarios, los empleados pueden acceder a sus turnos programados en sus propios dispositivos. Tienen la funcionalidad de solicitar cambios de turno, vacaciones y ausencias en el sistema, así como recibir respuestas de la gerencia.

Dependiendo del país en el que la empresa esté operando, existen requerimientos para mantener registros precisos de las horas





de trabajo, como en España. SAP Workforce Software cumple con esta necesidad. Desde la comodidad de sus propios dispositivos, los empleados pueden registrar sus horas, recibir la verificación de su supervisor y enviar los datos directamente al sistema de nómina.

Con un software avanzado de planificación y gestión del tiempo como SAP Workforce Software, los empleados tienen la libertad de autogestionarse y participar en procesos clave, mientras que los supervisores pueden monitorear la situación con una foto clara de cada empleado. Para Recursos Humanos, esto ahorra costes operativos y tiempo, que ahora se puede dedicar a tareas importantes como reuniones personales.

PRIMEROS PASOS CON SAP PARA RECURSOS HUMANOS Y EXPERIENCIA DEL EMPLEADO

Herramientas como SAP Workforce Software ofrecen diferentes capacidades tanto para mejorar las actividades operativas y administrativas, como para elevar la experiencia de los empleados. Permiten a cada empleado la oportunidad de crecer y prosperar en el lugar de trabajo con una incorporación fluida, una gestión sencilla de su horario de trabajo en el portal de empleados y la capacidad de hacer oír su voz a través de herramientas como Qualtrics. También cuentan con el apoyo para cumplir con su función a través de la medición del desempeño de los empleados por SuccessFactors, otra herramienta de integración de SAP.

Esta mejora de la experiencia del empleado, a su vez, agiliza las actividades de los departamentos de Recursos Humanos, ya que es más fácil nutrir y rastrear a las personas y se dedica menos tiempo a la contratación debido al aumento de las tasas de retención. La innovación administrativa que SAP proporciona no puede pasarse por alto en sí misma. Una base de datos y un sistema unificados para la planificación de turnos, el registro de tiempo, el mantenimiento de registros, el cumplimiento de la ley y la transferencia de datos a herramientas de nómina como Central Payroll, hacen

Herramientas como SAP Workforce Software ofrecen diferentes capacidades tanto para mejorar las actividades operativas y administrativas, como para elevar la experiencia de los empleados

que el flujo de trabajo de Recursos Humanos sea mucho más eficiente. Esto ahorra tiempo y dinero mientras permite que los departamentos de Recursos Humanos se centren en lo que no se puede automatizar ni digitalizar: la interacción humana real con los empleados.

Las herramientas de planificación y gestión de tiempo ofrecen numerosas ventajas a los departamentos de RRHH en la mejora de las relaciones entre las necesidades de la empresa y las del empleado. Workforce Software es una de estas soluciones que cuenta con numerosas ventajas como son: la gestión de horarios, registro de asistencia, automatización de procesos, cumplimiento normativo, gestión de permisos, integración con otros sistemas y análisis y estadísticas en tiempo real.

Si las empresas quieren atraer, retener y beneficiarse del talento actual, necesitan apostar por Recursos Humanos e invertir en sistemas sólidos que les permitan trabajar eficazmente para brindar una experiencia sobresaliente al empleado de principio a fin. Se trata, en definitiva, de una transformación digital integral que desde NTT DATA realizamos con un claro objetivo: conseguir un flujo de trabajo de recursos humanos y una experiencia de empleado totalmente integrados en un solo movimiento. ■

Las claves en la interconexión de la cadena de valor

POR **MARC MAURI**

Responsable de Productos IP en SEIDOR

Las empresas manufactureras y el mundo de las operaciones industriales están evolucionando vertiginosamente gracias a las tecnologías inteligentes y la automatización de procesos de la Industria 4.0. Estas constituyen los medios para interconectar las cadenas de valor y permiten a las empresas una mejor gestión de su negocio.



¿HASTA QUÉ PUNTO BENEFICIAN ESTAS TECNOLOGÍAS A LOS PROCESOS DE FABRICACIÓN?

Analizaremos una de las soluciones específicas para plantas de producción que se ha diseñado ante la demanda y necesidad del sector.

Shop Floor Control by SEIDOR es una solución MES (Manufacturing Execution System) en SaaS que nace con el objetivo de **digitalizar y analizar** los procesos de producción, aumentando la fiabilidad y trazabilidad del producto. Diseñada para dos tipos de roles: Supervisor y estación de trabajo.

Los operarios de planta podrán consultar la lista secuenciada de operaciones planificadas desde su puesto de trabajo y revisar todos los detalles de las operaciones a realizar, así como sus instrucciones, componentes, características o documentos asociados.

Al igual que informar del progreso de las operaciones mediante eventos. También comunicar cualquier incidencia o parada que afecte al **proceso de producción**. El sistema calculará el tiempo real empleado en la ejecución de cada una de las actividades.

Por otro lado, los supervisores de planta obtendrán una visión en tiempo real de las operaciones que se están ejecutando en los





Shop Floor Control by SEIDOR está dentro de la exclusiva SAP Industry Cloud, cuyas soluciones son nativas de la nube y se construyen sobre SAP Business Technology Platform

puestos de trabajo que están monitorizando y reaccionarán en consecuencia adaptándose a las nuevas circunstancias.

Desde una perspectiva analítica, los supervisores podrán obtener **en tiempo real** la OEE por operación, turno, centro de trabajo u operario y el detalle de sus ineficiencias para obtener la máxima disponibilidad y control sobre la ratio de calidad. Los datos se integrarán perfectamente con el backend SAP S/4HANA.

Los beneficios más relevantes de la implantación de la solución son:

- ▶ **1. Aumento de la productividad de la planta.** Mejor control de los tiempos reales de producción, reduciendo la introducción manual de datos y los flujos de papel, con órdenes de productividad integradas con SAP S/4HANA, minimizando los errores de anexión.
- ▶ **2. Más agilidad ante situaciones inesperadas:**
 - † a. Proporciona una visión completa de los trabajos en tiempo real, facilitando la toma de decisiones en cuanto a la priorización de las órdenes de tareas y permitiendo un seguimiento más rápido de las averías e incidencias de las máquinas.
 - † b. Mayor verificación y visibilidad de las operaciones. Gracias al panel de control del supervisor, podrá gestionar la OEE, las notificaciones, las cantidades producidas, las paradas y las incidencias en planta, puesto de trabajo, operario, turno y operación.

- ▶ **3. Reducción de los costes globales**, tanto de fabricación, mediante la optimización de los recursos de producción como de la duración del ciclo, y de los esfuerzos de integración de datos.
- ▶ **4. Mejora de la eficiencia global** de los equipos y minimizar la generación de residuos.

Shop Floor Control by SEIDOR está dentro de la exclusiva **SAP Industry Cloud**, cuyas soluciones son nativas de la nube y se construyen sobre **SAP Business Technology Platform**, utilizando tecnologías inteligentes como la analítica, el aprendizaje automático y la inteligencia artificial.

El objetivo es crear nuevas experiencias de usuario que desbloqueen nuevos niveles de eficiencia y diferenciación. Estas soluciones tecnológicas están diseñadas por los principales partners de SAP con el objetivo de ampliar la cobertura de la SAP Intelligent and Sustainable Enterprise. ■



No todos los caminos a SAP S/4HANA son iguales

POR **DAVID BAYÓN**

Strategic SAP Business Development Director en Inetum

Con el título de este artículo no me refiero a si vamos a seguir un enfoque “green”-field, “brown”-field o cualquier otro “color”-field de los que han ido surgiendo para describir diferentes tipos de escenarios híbridos.

Hoy os voy a hablar de la calidad que puede haber detrás de una decisión tan estratégica como debería ser una evolución de nuestro sistema SAP ECC a SAP S/4HANA. En realidad, de la diferencia de calidad.

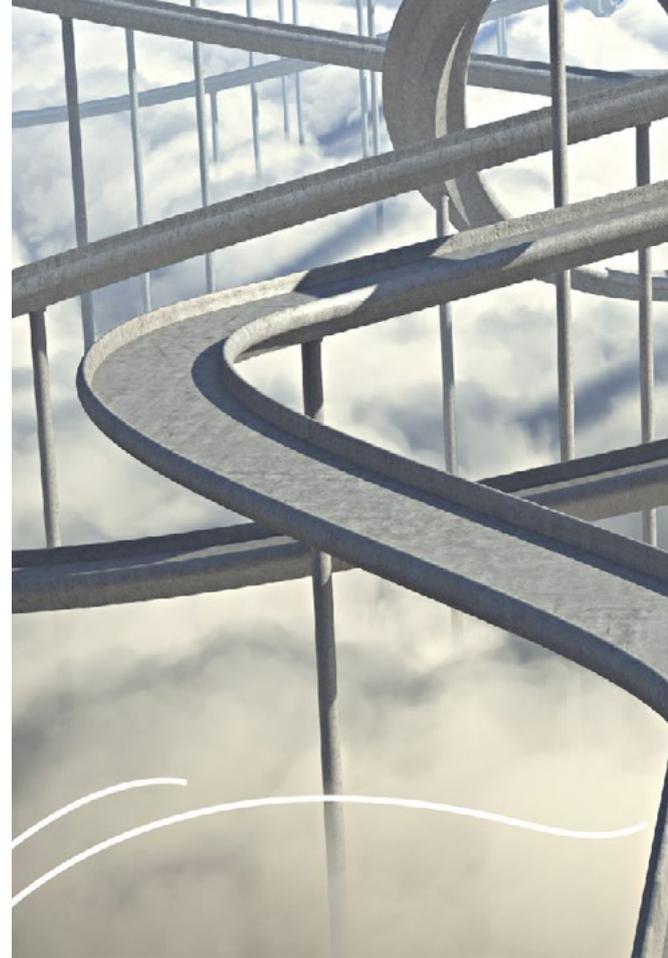
Es cierto que **nuestros sistemas SAP ERP son el corazón de nuestras organizaciones** y, es cierto también, que con independencia de las buenas o malas prácticas que se siguieran en su momento para implementarlos -léase aquí el porcentaje de adopción del estándar y las SAP Best Practices frente a desarrollos Z- a día de hoy están dando cobertura a los procesos de negocio de nuestras compañías. En muchos casos incluso después de haber pasado por largos periodos de tiempo para conseguir su estabilización.

Debemos tener en cuenta distintas variables, como la **fecha de fin de soporte de SAP ECC (actualmente 2025 para los EHP 0 a 5 y 2027 para los EHP 6 a 8)**, posibles restricciones presupuestarias, necesidad de involucrar a diferentes perfiles dentro de la organización, cambio de paradigma con los nuevos enfoques cloud, etc.

Sin embargo, probablemente **el factor más relevante de todos es cómo ha cambiado el mundo y cómo han evolucionado las necesidades de nuestra organización** desde que se implantó nuestro sistema SAP, momento desde el que pueden haber pasado incluso varias décadas.

Por eso me preocupo mucho cada vez que me reúno con un equipo de IT y me cuenta aquello de que su intención es “migrar a SAP S/4HANA pero sin que nadie lo note”. Incluso desde un punto de vista más pragmático, conseguir la aprobación de los equipos financieros para invertir varios cientos de miles de euros en “que todo siga como está” puede suponer un verdadero reto.

En realidad, **una conversión a SAP S/4HANA deberíamos abordarla como un punto de inflexión**. No como un fin en sí misma, sino como un medio para mejorar la capacidad de nuestra organización para adoptar la innovación y, con ello, incrementar su resiliencia en un contexto en el que todo sucede cada vez más rápido.



En este sentido, incluso SAP ha lanzado recientemente una iniciativa denominada **“Clean Core”** para intentar que todo el ecosistema SAP vaya dando pasos en sustituir las malas prácticas heredadas del pasado por nuevas estrategias de extensibilidad, integración o gestión de datos, entre otros aspectos. La finalidad es simplificar el mantenimiento y la actualización de los sistemas SAP ERP con el objetivo de facilitar la adopción de la innovación y reducir el TCO (Total Cost of Ownership).

Una buena estrategia de partida puede ser evitar llevar a SAP S/4HANA todo aquello que sea prescindible

ENTONCES, ¿CÓMO NOS PONEMOS EN MARCHA?

La teoría puede parecer sencilla, pero como suele ser habitual, llevarla a la práctica presenta numerosos desafíos. A menudo, **el primer reto es definir por dónde empezar**.

Una buena estrategia de partida puede ser evitar llevar a SAP S/4HANA todo aquello que sea prescindible. Por citar algunos ejemplos, podemos estar hablando de aquella información que no necesitamos mantener en el sistema -haciendo un archiving-, de los objetos que ya no estén en uso (desarrollos antiguos, add-ons, etc.) o de realizar una depuración de datos maestros.

Este tipo de actividades pueden llevarse a cabo mediante pre-proyectos anteriores a la conversión a SAP S/4HANA, donde **una herramienta como Panaya**, que analice todo lo que tenemos en nuestro sistema y lo mapee con su utilización real, **puede aportar gran valor a la hora de realizar el diagnóstico**.



inetum.1

Positive digital flow

No obstante, **un auténtico enfoque transformacional debe ir mucho más allá y contemplar el largo plazo.** Si realmente queremos desarrollar una práctica que nos permita incorporar la adopción de la innovación en nuestro ADN debemos aprovechar oportunidades como la conversión a SAP S/4HANA para ello.

Con este objetivo y gracias a nuestra **alianza global con Panaya**, podemos ofrecer el nuevo producto **Panaya S/4 360** que, **de forma perfectamente integrada con los servicios prestados por Inetum**, da cobertura a todas las necesidades habituales para que nuestro viaje a SAP S/4HANA no sea un simple proyecto técnico de escaso valor real, sino una experiencia verdaderamente transformacional en la que trabajemos en la optimización -en ECC- del escenario de partida, en la fase de preparación, en la propia conversión a SAP S/4HANA y en las actividades posteriores al Go-Live en SAP S/4HANA, como pueden ser la realización de proyectos de **“back to standar”** de procesos en las diferentes áreas funcionales, adoptar

las **recomendaciones de uso de Fiori** para las transacciones indicadas en el componente **S/4Convert**, la actualización a nuevas futuras versiones a SAP S/4HANA (con el componente **S/4Accelerate**) o, en un plano más técnico, la **optimización de código** para HANA y SAP S/4HANA.

Todo ello además de las ventajas habituales que el uso de esta herramienta proporciona. Fundamentalmente, la reducción drástica del riesgo, el incremento de la eficiencia y tanto el orden como la visibilidad en tiempo real.

PRÓXIMOS PASOS

No te pierdas el roadshow de Panaya e Inetum con el que vamos a visitar 10 ciudades explicando cómo desplegar estrategias exitosas de adopción de la innovación sobre sistemas SAP. Consulta las próximas fechas y ciudades e inscríbete en el siguiente enlace: <https://bit.ly/roadshow-panaya-inetum>

No te pierdas el roadshow de Panaya e Inetum con el que vamos a visitar 10 ciudades explicando cómo desplegar estrategias exitosas de adopción de la innovación sobre sistemas SAP

ESCANEA ESTE CÓDIGO QR PARA RESERVAR TU PLAZA



Estamos a tu disposición para cualquier duda en: contacto.sap@inetum.world

Ley “Crea y crece”: Minsait analiza el impacto en los procesos de facturación

POR **MARIO MARTÍN DE LA FUENTE**

Project Manager SAP Intelligent Spend en MINSAIT

En octubre de 2022 entró en vigor en España la ley 18/2022 “Crea y Crece”. Esta ley impacta significativamente en los procesos de facturación de las compañías ya que impulsa la adopción de la factura electrónica, modificando la normativa actual y ampliando la obligación de expedir y remitir facturas electrónicas a todas las empresas y autónomos en sus relaciones comerciales.

OBJETIVO DE LA LEY

El motivo por el cual se ha promovido la ley es facilitar la creación de empresas y la actividad emprendedora quitando trabas burocráticas y digitalizar procesos para reducir plazos e incentivar las actividades empresariales.

Uno de los puntos más impactantes es el que tiene que ver con las transacciones comerciales entre empresas. Esta ley traslada al sector privado una obligación que ya existía en el sector público y es la de admitir facturas electrónicas. En definitiva, lo que pretende la normativa es digitalizar trámites como la creación de empresas o la obligatoriedad de remitir información digitalizada, y es ahí donde la ley remite a un reglamento para establecer cuáles son los trámites y cómo se han de evolucionar.

“Crea y crece” ya está en vigor, pero establece una excepción en el artículo 12, en concreto a la obligación de factura electrónica, que da a las empresas unos plazos desde la aprobación del desarrollo reglamentario (finales de abril de 2023): 1 año para empresas cuya facturación anual sea superior a los 8 millones de euros y dos años para el resto de organizaciones.

CONTROL DE PLAZOS DE PAGO

La ley “Crea y Crece” impulsa la utilización de la factura electrónica para controlar los plazos de pago a los proveedores.

Si consultamos legislación en otros países con leyes similares a esta, podemos encontrar, por ejemplo, que en Italia o Portugal hay leyes de facturación electrónica donde el objetivo principal es el control de la actividad desde los impuestos. Concretamente en Italia, todas las facturas que se emiten desde un proveedor a un comprador tienen que pasar antes por un portal público, donde se va controlando la correcta declaración posterior del impuesto por parte de la empresa proveedora. En Portugal, es necesario registrar ciertos datos de factura también en un portal público para obtener un código único.

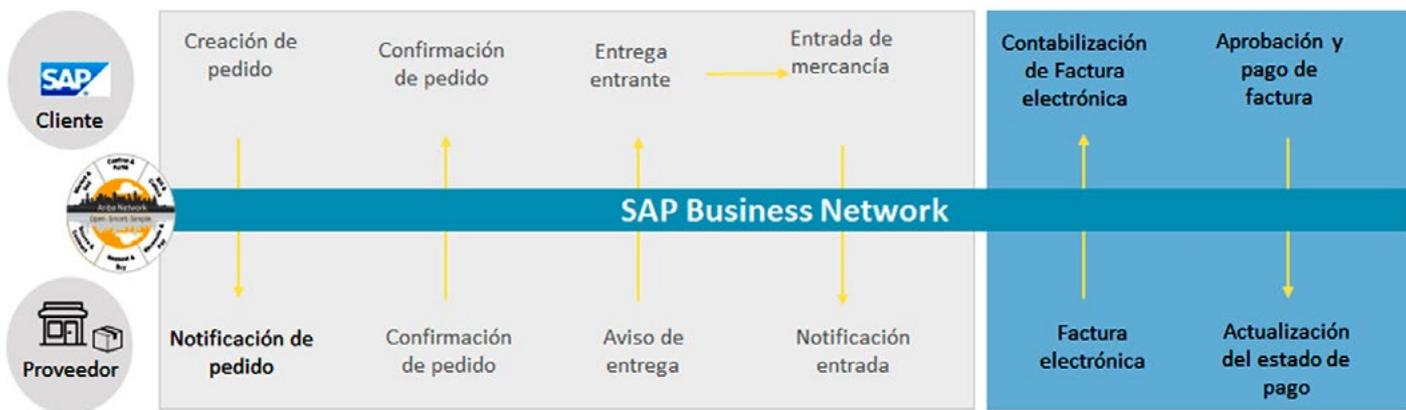
Uno de los puntos más impactantes es el que tiene que ver con las transacciones comerciales entre empresas. Esta ley traslada al sector privado una obligación que ya existía en el sector público y es la de admitir facturas electrónicas

Sin embargo en España, el objetivo de la normativa no es el control impositivo, sino promover la eficiencia, modernización, la sostenibilidad y sobre todo reducir plazos. Ya en el preámbulo de la ley se hace referencia a la existencia de malas prácticas en el pago a proveedores. El objetivo principal de la misma es controlar dichos plazos de pago.

La solución técnica que se adopte por parte de las empresas tiene que ser capaz de demostrar por tanto qué plazos están transcurriendo desde que reciben una factura y esa factura es pagada. De esta forma, el portal que se ponga en marcha por parte de una empresa para permitir que sus proveedores les envíen facturas electrónicas también tiene que ser transparente en el proceso de pago.

LA PROPUESTA DE MINSAIT CON SAP BUSINESS NETWORK

Minsait, una compañía de Indra, apuesta por la solución en la nube SAP Business Network para dar cobertura digitalmente a la obligación de aceptar facturas electrónicas y, sobre todo, controlar el proceso para poder demostrar que una empresa está pagando a sus proveedores en plazo.



SAP Business Network es la red empresarial mundial más grande y completa y es utilizada por millones de empresas:

- ▶ > 4,5 billones de dólares anuales se negocian en SAP Business Network.
- ▶ 190 países donde las empresas realizan transacciones en SAP Business Network.
- ▶ > 752 millones de transacciones B2B se realizan a través de SAP Business Network en un período de 12 meses.

Con SAP Business Network, las empresas pueden colaborar con sus proveedores en el ciclo de compra operativa, facturación y pago, lo que permite a los proveedores:

- ▶ Tener visibilidad de todos sus pedidos,
- ▶ Realizar confirmaciones, avisos de expedición y hojas de entrada de servicio de dichos pedidos
- ▶ Crear facturas
- ▶ Consultar el estado y fechas de pago de facturas.

La facturación de un pedido por el proveedor se realiza de una manera sencilla según las reglas de negocio establecidas por el cliente, con la posibilidad de anexas su propia factura y eliminando entradas de datos complejas y posibles errores, ya que la facturación se realiza en base a los datos de un pedido visible al proveedor. Una vez enviada la factura por el proveedor, esta se contabilizará en el ERP del cliente y, tras el inicio del proceso de pago, el proveedor puede consultar el estado de pago de su factura.

Esta solución, además de cumplir con la ley, supone un ahorro significativo de tiempo y por lo tanto de costes a los departamentos de administración, ya que se eliminan las consultas de los proveedores referentes al estado de sus facturas.

SAP también dispone del “Portal de estado de factura”, donde los proveedores pueden consultar la trazabilidad del pago de una factura indicando previamente los datos de proveedor y número y fecha de factura.

Adicionalmente, SAP Business Network ofrece a las empresas la posibilidad de negociar con sus proveedores descuentos por pago anticipado.

Tras la creación de una factura, los departamentos de administración pueden enviar a través de SAP Business Network solicitudes de descuentos a los proveedores que pueden consultar y tramitar dichas solicitudes a través del portal.

En resumen, SAP Business Network es la solución que facilita a las empresas cumplir con las obligaciones de esta ley, de manera que sus proveedores puedan enviar sus facturas digitalmente y consultar todo el proceso de pago de una forma sencilla.

Se trata, en definitiva, de una solución en la nube que permite a las compañías cumplir con la ley “Crea y Crece”.

Otra alternativa es desarrollar una solución a medida que tendrá que prever futuros cambios en la normativa, lo que supone un coste de mantenimiento.

Sin embargo, con SAP Business Network el cumplimiento está garantizado, ya que SAP realizará actualizaciones periódicas para cumplir con las obligaciones de la ley. ■



DXC Technology acompaña a URSA en su transformación RISE y S/4HANA

POR **DAVID FERNÁNDEZ**

DXC SAP S/4HANA Transformation Lead

DXC Technology acompaña a URSA en su exitoso proceso de transformación a RISE y S/4HANA. Y lo ha hecho a través de sus dos soluciones definidas para dichas transformaciones, como son "DXC4RISE" que complementa y optimiza la migración a RISE y "DXC Accelerated Migration 2 S/4HANA" que ofrece una solución extremo a extremo en todo el proyecto de conversión a S/4HANA.

Las aplicaciones en entornos Cloud generan una serie de ventajas competitivas que permiten, por un lado, impulsar el negocio de las compañías y por otro, facilitar la optimización de costes. En este contexto, SAP RISE impulsa S/4HANA y otros componentes SAP en el ámbito Cloud facilitando la consecución de dichos objetivos.

SOLUCIONES DXC PARA LA TRANSFORMACIÓN RISE Y S/4HANA

Con el objetivo de dar soporte global y facilitar y optimizar las transformaciones a RISE y S/4HANA, y desde un entendimiento en detalle de las oportunidades y de los retos que suponen, DXC ha desarrollado las siguientes soluciones paquetizadas:

- ▶ **DXC4RISE:** Conjunto de servicios orientados a la migración a RISE y que incluye tanto el análisis previo de la transformación, como el conjunto de actividades necesarias para la migración. Los principales objetivos que se ha marcado DXC con su solución son los siguientes:
 - † Posibilitar la transformación a RISE de una manera rápida.
 - † Integrar el entorno ubicado en RISE dentro de la operativa global de los clientes.
 - † Complementar los servicios de RISE, dotándolos de una mejora en los mismos, una optimización del uso del sistema y una visión 360º de todos los entornos SAP y no SAP.
- ▶ **DXC Accelerated Migration 2 S/4HANA:** Conjunto de servicios que desarrollan la mejor estrategia y roadmap de transformación a S/4HANA para cada cliente y que también incluyen la propia ejecución del proyecto de conversión, utilizando los aceleradores y herramientas que mejor encajen en cada caso. Los principales objetivos del "DXC Accelerated Migration 2 S/4HANA" son los siguientes:
 - † Maximizar el ROI mediante la implantación de mejoras y nuevas funcionalidades S/4HANA.

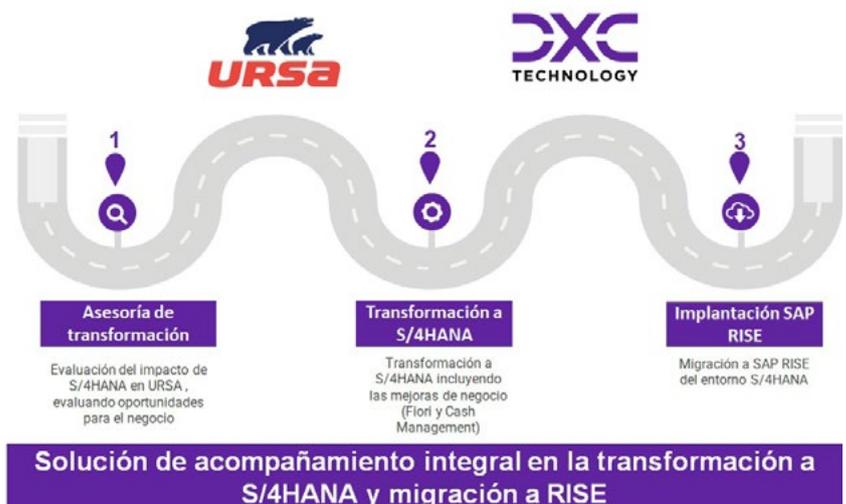
- † Minimizar los costes, gracias a una metodología propia y los mejores aceleradores y herramientas adecuados a cada caso.
- † Reducir el tiempo de proyecto.
- † Anticipar y mitigar los potenciales riesgos.

Ambas soluciones se integran de forma natural en el análisis, planificación y ejecución de la migración a RISE y la conversión a S/4HANA, ya sea un proyecto en dos pasos (primero la conversión a S/4HANA y posteriormente la migración a RISE) o en un solo paso (la migración a RISE embebida dentro de la conversión a S/4HANA).

CASO DE ÉXITO DE URSA

URSA, líder europeo en el mercado de lana mineral y poliestireno extruido (XPS), dos materiales de aislamiento totalmente complementarios que contribuyen a aislar térmica y acústicamente los edificios. Es una empresa ubicada en más de 40 países, con centros de producción en 13 de ellos y más de 1.700 personas en plantilla.

En aras de impulsar su negocio y mejorar la productividad, URSA ha elegido S/4HANA + RISE y a DXC como partner para el proceso íntegro de análisis, asesoría, planificación y ejecución



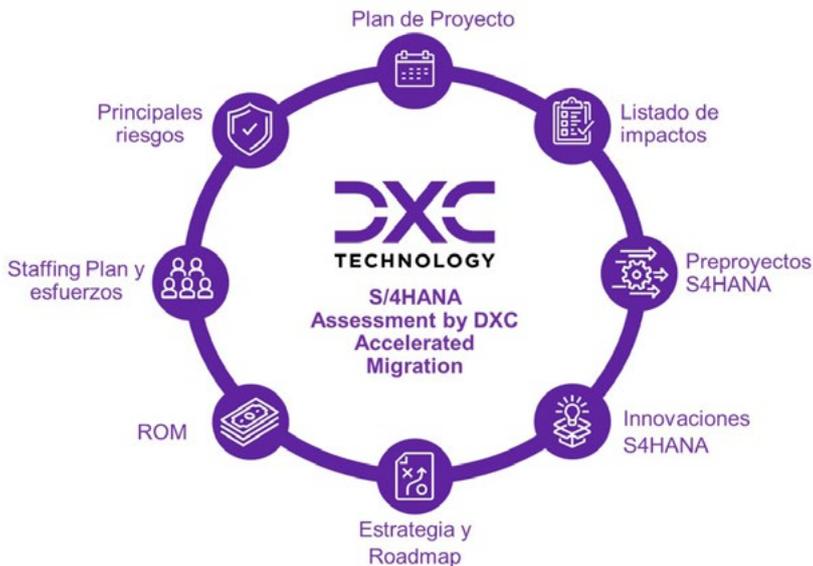
de la conversión a S/4HANA y la migración a RISE. Así, DXC ha realizado las siguientes tareas:

1. **Asesoría previa:** en esta primera fase se han incluido los servicios de asesoría tanto de “DXC Accelerated Migration 2 S/4HANA” como de “DXC4RISE”, de cara a tener una visión global y anticipada del proyecto.
2. **Conversión a S/4HANA,** gracias a los servicios “DXC Accelerated Migration to S/4HANA”.
3. **Migración a SAP RISE,** gracias a los servicios de “DXC4RISE”.

1. ASESORÍA PARA LA TRANSFORMACIÓN A S/4HANA EN RISE

La primera fase del proyecto de transformación ha sido la realización del estudio para evaluar el impacto de la conversión S/4HANA, incluyendo la migración a RISE en el entorno ERP de URSA. Para ello se identificaron las tareas y actividades a desarrollar en el proyecto, incluyendo mejoras dentro de la transformación.

De este estudio se obtuvo información de gran valor, utilizada en la toma de decisiones de la transformación, y adicionalmente, se consiguió definir un plan de proyecto con actividades a bajo nivel. Así mismo, se identificaron los distintos planes de acción para tratar cada uno de los impactos de la transformación, ya fueran técnicos, tecnológicos o funcionales, así como los esfuerzos necesarios para su resolución. Todo ello se plasmó en un documento que sirve como hoja de ruta en la transformación, y que contenía los siguientes puntos:



Uno de los elementos más importantes de este estudio fue la definición de la estrategia de migración a RISE donde se definió un plan de transformación en dos pasos:

1. Conversión a S/4HANA del entorno ERP de URSA, y cuyo Go Live se realizó en Noviembre/2022.
2. Migración a RISE, cuyo Go Live se realizó en Marzo/2023.

Todo lo anterior fue posible gracias a la metodología específica de DXC, incluyendo aceleradores propios, que permitieron tratar el proyecto de forma holística para URSA, y por extensión, para nuestros clientes.

2. CONVERSIÓN A S/4HANA

El paquete de servicios “DXC Accelerated Migration 2 S/4HANA” permitió la ejecución de la conversión mediante la metodología específica de DXC, obteniéndose los siguientes logros:

- ▶ Reducir el tiempo de proyecto (menos de 9 meses) gracias a los cookbooks de migración de DXC.
- ▶ Maximizar el beneficio para el negocio, buscando mejoras durante la transformación, y que permitió la implantación de las siguientes funcionalidades:
 - ‡ **Cash Management** para las funcionalidades de Tesorería.
 - ‡ **Adecuación de la funcionalidad de Rebates.**
- ▶ Minimizar los costes del proyecto gracias al uso de un servicio industrializado.

Todo lo anterior se logró gracias a los siguientes puntos:

- ▶ **Metodología propia,** basada en las mejores prácticas de SAP y DXC, para la obtención de una reducción del tiempos, costes y riesgos.
- ▶ **Conjunto de herramientas propias** que permiten la **optimización y aceleración de la transformación a S/4HANA.**
- ▶ **Estrecha colaboración con SAP** para la realización tanto de la transformación a S/4HANA como la migración a RISE.
- ▶ **Cookbooks iniciales** de cada una de las áreas (tanto técnicas como funcionales) para la aceleración de la transformación, incluyendo la migración a RISE.
 - ▶ **Expertos locales en Iberia** que aportan tanto el conocimiento de negocio como la experiencia real en transformaciones a S/4HANA y en migraciones a RISE.

En definitiva, **un servicio con un alto valor añadido,** que ha permitido a URSA el éxito de la transformación a S/4HANA, reduciendo los tiempos de proyecto y maximizando el beneficio para el negocio.

3. DXC4RISE – MIGRACIÓN A RISE

El último paso del roadmap de transformación en URSA ha sido la migración a RISE, cuyo Go Live fue en Marzo de 2023 y que se ha ejecutado mediante la solución “DXC4RISE”, que consta de los siguientes elementos:

- ▶ Definición de la transformación y su encaje dentro del programa de proyectos de URSA.
- ▶ Migración a RISE, gracias a un modelo de proyecto alineado con SAP.
- ▶ Servicio de Brokerage que ha dotado a URSA una capa para la gestión de los entornos RISE, lo que ha permitido incrementar el nivel de servicio y la agilidad, así como un modelo de governance único

Estas tareas y solución DXC4RISE han sido posibles y complementadas con un equipo experto en SAP y en soluciones Cloud, con una metodología específica, alineada con SAP para la migración a RISE y un alto grado de conocimiento de los servicios de administración/ explotación, que permiten una eficiencia en la gestión de los entornos RISE.

Todo ello ha posibilitado que URSA haya podido **realizar la migración a RISE** en dos meses, tras la transformación a S/4HANA, sin impacto IT y de forma transparente para los usuarios. ■

ADICCIÓN: La búsqueda de lo REAL



POR **HELMAR RODRIGUEZ MESSMER**

Design Thinker / Changemaker
www.marpashills.com
www.clearness.es
wwwi-cq.com

La adicción es la forma de escapar de un sufrimiento interno, de la ansiedad y del malestar, y puede tomar múltiples formas, desde las adicciones a sustancias como el alcohol y las drogas, hasta las adicciones a las relaciones, al trabajo, a las redes sociales, a la comida, al deporte y bienestar, al dinero, al sexo o al poder. En esencia, cualquier pretexto recurrente que usemos para evadimos de determinados sentimientos tratando de encontrar una sensación de alivio temporal puede convertirse en una adicción.

Nuestra cultura hedonista nos seduce constantemente ofreciendo “mejores experiencias” y nos invita, continuamente, a golpe de dopamina, esquivar cualquier malestar con atractivas ofertas o algoritmos tecnológicos que secuestran y van minando nuestra atención y voluntad, manteniéndonos en una búsqueda eterna y alimentando, así, la dependencia.

Especialmente en la sociedad occidental hemos desarrollado la fobia al dolor y nos hemos convertido en yonkis del placer inmediato que necesita la distracción o el chute como mecanismo de alivio en un mundo aparentemente atravesado por el estrés.

La adicción es, a la vez, el malestar y la pretendida vía para acabar con ese malestar. Es un patrón de comportamiento que surge cuando nos apegamos a algo externo para encontrar felicidad o satisfacción en lugar

de reconocer esa paz como esencia innata de nuestra íntima naturaleza.

LA BÚSQUEDA DE LO REAL

Con más precisión podríamos decir que la adicción es el condicionamiento del individuo buscando y tratando de acabar con una profunda sensación de carencia y separación que tiene que ser resuelta con urgencia.

Es importante comprender que la adicción no es una enfermedad, sino un condicionamiento que busca salida a un conflicto interno, al sufrimiento. Toda adicción persigue lo que todo ser humano en este planeta quiere, esencialmente: PAZ, PLENITUD, FELICIDAD, LIBERTAD.

La adicción es la búsqueda de nuestra naturaleza innata: PAZ, PLENITUD, FELICIDAD, LIBERTAD. Ergo, la adicción es la compulsiva (e ilusoria) búsqueda de lo real, de la identidad real.

Incluso podemos profundizar un poco más. La adicción es, en lo nuclear, el individuo o “falso self”, carente, que busca alivio a una falta o vacío fundamental. El movimiento adictivo es el individuo buscando la PAZ o, dicho de otro modo, el individuo que busca el cese de la búsqueda. La adicción es necesidad de “algo” y el buscador o individuo es la manifestación temporal de la carencia activa o activada.

Luego, la adicción ES, en definitiva, el buscador, el individuo o el “falso self”.

PERPETUAR EL SUFRIMIENTO

Si entendemos la adicción simplemente como una falta de voluntad personal y tratamos de controlar o reprimir los síntomas y los

“El buscador debe desaparecer. Tu eres lo que estás buscando”

Nisargadatta Maharaj

hábitos compulsivos, antes o después, la adicción reaparecerá o tomará nuevas formas e incluso advendrá más virulenta, pudiendo llegar a ser crónica o (auto)destructiva.

Cada vez que (re)aparece el malestar, la desesperación o la urgencia de cambiar/evitar/destruir la sensación, la búsqueda se (re)activa tratando de hallar en el objeto/acción/sustancia el anhelado alivio, necesitando siempre una dosis mayor del supuesto remedio para reproducir el mismo efecto. Así (re)aparece y persiste la adicción.

Toda estrategia basada en la resistencia del impulso hacia el objeto de deseo o en la distracción o sustitución de la adicción, perpetua la dependencia y mantiene el sufrimiento. Las estrategias de resistencia prolongan la lucha y favorecen la reaparición de la adicción.

Así, por ejemplo, el método de los alcohólicos anónimos requiere en sus procedimientos estricto control y voluntad (“llevo 3 meses, 2 semanas, 4 días y 3 horas sin beber”), esto es, resistencia, que parece ser la única alternativa posible en nuestra cosmovisión occidental. Pero toda estrategia basada en el control y en el sometimiento perpetúa la lucha, perpetúa el sufrimiento, perpetúa la contracción de nuestro bienestar fundamental.

ANGUSTIA DE SEPARACIÓN

El origen de la adicción no está fundamentado en un desajuste psicológico-químico-orgánico sino en la profunda creencia de que se es un individuo separado, limitado y localizado en un cuerpo-mente.

La forma común en la que esa profunda sensación de separación se manifiesta es el rechazo al momento presente: “no me gusta lo que, en este momento, está sucediendo” o “me gustaría que, en este momento, sucediera algo diferente”.

El movimiento de apego-aversión, placer-dolor, miedo-deseo, son los binomios comunes que regulan la constante oscila-

ción del individuo que rechaza en algún aspecto el momento presente. Así se consolida la percepción de que soy “alguien” en el mundo: una voluntad separada, luchando para controlar o corregir este momento, para ganar o evitar perder, para conseguir o eludir...para sobrevivir.

La adicción es la dinámica que parece necesaria para vencer esa angustia de separación.

Tanto “el rechazo del momento presente”, como “la angustia de separación / individuo separado” o “la búsqueda de felicidad” son formas equivalentes que describen el movimiento o la lógica de la adicción que busca PAZ, PLENITUD, FELICIDAD, LIBERTAD.

Esta búsqueda está determinada por la ignorancia fundamental o el pecado original: la ignorancia de nuestra identidad real. Es decir, buscamos lo que (ya) somos. Y al (re)iniciar la búsqueda “olvidamos” nuestra verdadera esencia o lo que Gurdjieff llama: “el olvido de sí”.

EL ESPEJISMO

Cuando consumimos esa copa de vino, fumamos ese cigarrillo, engullimos ese bizcocho, o nos refugiarnos compulsivamente en el gimnasio, la carencia cesa momentáneamente y deducimos que es el objeto/sustancia/actividad que nos liberó del sufrimiento o de esa persistente sensación de carencia.

Debido a este espejismo cognitivo, al cesar la pausa y reiniciarse la búsqueda, volvemos a reincidir y volvemos a la carga con la misma estrategia, con la misma adicción. Tras breves momentos de gratificación y felicidad, la vieja desesperación vuelve al candelero y el buscador vuelve al acecho del objeto. Volvemos a visitar nuestro particular mercadillo de los remedios buscando con ahínco y urgencia el objeto reparador. La adicción está servida.

Sucede que no reconocemos con claridad que no es el objeto o la adquisición/consumo del objeto que transfiere el sabor o la cualidad de esa experiencia de PAZ/FELICIDAD/PLENITUD. La experiencia de paz aparece como consecuencia del cese de la actividad de la mente. En esa pausa el velo de la ignorancia se disipa brevemente y trasluce por un momento nuestra esencia real que experimentamos como PAZ, FELICIDAD y PLENITUD. Es como si el cielo cubierto de marañas de pensamientos y emociones se despejase por un instante mostrando su radiante y azulada naturaleza innata.

LA NATURALEZA DEL BUSCADOR

La adicción es necesidad...la adicción “necesita” para paliar la carencia percibida. El individuo es esa carencia, el centro nuclear de la adicción, y el mecanismo de búsqueda que se activa intermitentemente. En el momento que se activa la búsqueda (re)aparece el sufrimiento, la inseguridad y la necesidad de control porque el individuo buscador presupone que esa PAZ/PLENITUD/FELICIDAD no está disponible “aquí” y “ahora”.

Ese buscador no es otro mecanismo que la contracción discontinua de la mente que imprime sus limitaciones sobre los objetos que refleja. La identificación con esa limitación conforma esa arquitectura líquida que llamamos “falso-self”.

EL FALSO SELF

¿Por qué es el “falso self” un falso YO? Es un “falso-self” o falso-yo porque es reflejo de una fracción de la totalidad con la que nos identificamos: YO SOY este individuo fraccionado y limitado tratando de recuperar la PAZ/PLENITUD/PAZ perdida.

Es como si una niña que representa a Caperucita Roja pensara que ES Caperucita y olvidara su identidad real. El olvido de sí es crea una visión túnel que excluye momentáneamente la totalidad de lo que es.

El “falso self”, siguiendo esta metáfora, es el disfraz de Caperucita, mientras que la verdadera identidad es la totalidad de la realidad: “niña actuando en este momento de Caperucita”.

La identidad puesta en el disfraz de Caperucita o ese “falso-self” activa la inseguridad, el control y la carencia. Activa la adicción. El “falso-self” es, como decíamos anteriormente, la necesidad, la carencia...la adicción.

EL FIN DE LA ADICCIÓN

La verdad te hará libre y la verdad te liberará del sufrimiento y de la adicción.

¿Qué verdad? La verdad de la experiencia o de este momento y la verdad de TI.

Presencia e impermanencia son dos aspectos simultáneos de la realidad que no podemos separar. Dice el Viveka Chudamani, la gran joya del discernimiento, que la liberación consiste en discernir lo real de lo irreal o lo permanente de lo impermanente.

De esta manera, en vez de girarnos hacia el mundo impermanente de los objetos tratando de solucionar el malestar, en vez de huir de la sensación de malestar, giremos nuestra atención hacia aquello que conoce el malestar. Giremos nuestra atención hacia aquello que no cambia.

Aquello que conoce el malestar es el fondo de todo lo que es, la presencia o nuestra identidad real. Es SAT-CHIT-ANANDA, VERDAD-CONSCIENCIA-FELICIDAD. “Aquello” que conoce el malestar y no requiere solucionar el malestar, es nuestra identidad real.

Para explorar este punto, hazte simplemente la siguiente pregunta:

¿Podría vivir eternamente con este malestar?

No formule esta pregunta como pregunta de examen sino como punto de exploración o auto indagación.

Desde el punto de vista del individuo separado, la respuesta será de no poder soportar ese malestar, pero la posición impersonal, la posición real, es decir, la posición desde la presencia que eres no tiene preferencias respecto a ninguna experiencia. Ninguna experiencia resta o añade a lo que ya eres: pura consciencia. No hay malestar que te quiebre como no hay tormenta que sea capaz de partir el firmamento.

Toda experiencia, incluido el sufrimiento, dolor o malestar, es tan solo un objeto limitado que aparece y desaparece en forma de experiencia en esa realidad mayor que eres.

“YO SOY” es el espacio inmutable en el que todo acontecer aparece y desaparece.

El reconocimiento “YO SOY”, morar en la VERDAD/REALIDAD/FELICIDAD que eres, disuelve lo que no es, disuelve la mentira, disuelve el “falso-self”, la falsa identidad, y con ello la raíz de toda adicción y sufrimiento

www.clearness.es
www.i-cq.com
www.marpashills.com





A “contrarreloj” para adaptar los sistemas internos de información y las medidas de protección de los informantes

POR ANA MARZO
Marzo & Abogados

Recientemente ha entrado en vigor la Ley 2/2023, de 20 de febrero, reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción cuyo fin es proteger frente a represalias, a las personas que informan sobre acciones u omisiones que puedan constituir una infracción del Derecho de la Unión Europea o que puedan constituir una infracción penal o administrativa grave o muy grave, incluidas las que impliquen quebranto económico para Hacienda y la Seguridad Social. Con la norma también se pretende fortalecer la cultura de la comunicación como mecanismo para prevenir y detectar amenazas al interés público.

La pésima redacción de varias de las disposiciones de la Ley así como las contradicciones con la exposición de motivos caracterizan a esta nueva norma que, por otro lado, pese a ser la obligada transposición de la Directiva 2019/1937 del Parlamento Europeo

y del Consejo, de 23 de octubre de 2019, relativa a la protección de las personas que informen sobre infracciones del Derecho de la Unión, se aparta de ella en algunos aspectos y como no, regula más allá de sus disposiciones, algo a lo que también nuestros legisladores nos tienen ya acostumbrados. Como coloquialmente se suele decir, en España nos gusta ser “más papistas que el Papa”. Ello no sería destacable si no fuera por la asfixia que últimamente sufren las empresas con el cumplimiento normativo de nuevas leyes y modificación de otras.

Empezaremos por explicar que la norma llama «informante» (a diferencia de la Directiva comunitaria que emplea el término «denunciantes») a cualquier persona que, en un contexto laboral o profesional, informe de presuntas infracciones tal como, empleados públicos, trabajadores por cuenta ajena, autónomos, accionistas, miembros del órgano de administración, dirección o supervisión de la entidad, voluntarios, becarios, trabajadores en formación, personas que trabajen para contratistas, subcontratistas y proveedores, compañeros de trabajo y familiares del informante y representantes legales de los trabajadores que asesoren y apoyen al informante.

Todos estos colectivos se beneficiarán de las llamadas medidas de protección para las personas informantes, respecto de las cuales se deberá garantizar la prohibición de adoptar actos constitutivos de represalia, incluidas amenazas y tentativas de represalia contra cualquiera de aquellas personas que presente una comunicación. Además, las medidas para impedir las represalias van acompañadas de “medidas de apoyo” entre las cuales se encuentra el asesoramiento completo e independiente y gratuito, sobre los procedimientos y recursos disponibles, protección frente a represalias y derechos que le corresponden hasta asistencia efectiva por parte de las autoridades competentes, asistencia jurídica en los procesos penales y en los procesos civiles transfronterizos y apoyo financiero y psicológico, de forma excepcional, si así lo decidiese la Autoridad Independiente del Informante (AAI) además de la asistencia que pudiera corresponderle al amparo de la Ley de asistencia jurídica gratuita, para la representación y defensa en procedimientos judiciales derivados de la presentación de la comunicación o revelación pública.

Sobre quiénes deben cumplir la Ley, quedan obligadas todas las entidades del sector público (Administraciones estatales, autonómicas y locales, así como sus organismos o entidades dependientes; Autoridades administrativas independientes; Universidades públicas; Corporaciones de Derecho Público; Fundaciones del sector público; Sociedades mercantiles participadas mayoritariamente por alguna de las entidades enumeradas anteriormente; Órganos constitucionales, de relevancia constitucional o análogos autonómicos).

Y las siguientes entidades del sector privado: las que tengan 50 o más trabajadores y las que -con independencia del número de trabajadores- entren en el ámbito de aplicación de los actos de la Unión Europea en materia de servicios, productos y mercados financieros, prevención del blanqueo de capitales o de la financiación del terrorismo, seguridad del transporte y protección del medio ambiente; y los partidos políticos, sindicatos, organizaciones empresariales y fundaciones que reciban o gestionen fondos públicos.

El plazo de cumplimiento de la norma difiere: las Entidades públicas tienen un plazo máximo de 3 meses desde la entrada en vigor de la Ley, es decir, hasta el 13 de junio de 2023, salvo los municipios de menos de 10.000 habitantes que tienen hasta el 1 de diciembre de 2023. Y para las entidades privadas el plazo es distinto de forma que: Empresas con más de 249 trabajadores tienen 3 meses desde la entrada en vigor de la Ley, es decir, hasta el 13 de junio de 2023. Pero las empresas con menos de 249 trabajadores tienen un plazo mayor, hasta el 1 de diciembre de 2023.

En estos plazos, las entidades públicas y privadas obligadas deberán: (i) disponer de un Sistema interno de información (SII); (ii) designar al Responsable del Sistema y comunicar este nombramiento a AAI; aprobar un procedimiento de gestión de informaciones que responda al contenido mínimo y a los principios establecidos en la Ley; (iii) elaborar una política que enuncie los principios generales del SII y del procedimiento de gestión para la defensa del informante y publicarla debidamente; (iv) llevar un registro de informaciones; y (v) tratar los datos personales registrados en el SII cumpliendo con la normativa sobre protección de datos personales.

El SII puede llevarse a cabo dentro de la propia entidad u organismo o acudiendo a un tercero externo siempre que se garantice que las comunicaciones presentadas puedan tratarse de manera efectiva dentro de la correspondiente entidad u organismo con el objetivo de que el primero en conocer la posible irregularidad sea la propia entidad u organismo.

Las entidades públicas y privadas obligadas al cumplimiento de esta ley deben proporcionar información adecuada de forma clara y fácilmente accesible, sobre el uso de todo canal interno de información que hayan implantado, así como sobre los principios esenciales del procedimiento de gestión y en caso de contar con una página web, dicha información deberá constar en la página de inicio, en una sección separada y fácilmente identificable. Las Administraciones públicas publicarán la información en una sección separada fácilmente identificable y accesible de su sede electrónica.

Como hemos indicado al inicio, a través del SII las personas informantes podrán comunicar acciones u omisiones que puedan constituir una infracción del Derecho de la Unión Europea cuando afecten a materias de servicios, productos y mercados financieros, prevención del blanqueo de capitales o de la financiación del terrorismo, cuando afecten seguridad del transporte y protección del medio ambiente, cuando afecten a intereses financieros de la Unión Europea y aquellas que incidan en el mercado interior, incluidas las infracciones de las normas de la Unión Europea en materia de competencia. También podrán informar sobre acciones u omisiones que puedan constituir una infracción penal o administrativa grave o muy grave, incluidas las que impliquen quebranto económico para Hacienda y la Seguridad Social.

Aunque el cauce preferente para las anteriores comunicaciones es el SII, la Ley permite al informante elegir el cauce a seguir, interno o externo, para llevar a cabo las comunicaciones, según las circunstancias y los riesgos de represalias que considere. En este sentido se creará un "canal externo de información" por AAI a través del cual cualquier

informante podrá comunicar una denuncia en la forma y según el procedimiento establecido por Ley.

Los canales internos ya existentes en una entidad pueden servir para dar cumplimiento a la Ley, siempre y cuando dichos canales sean adaptados por las entidades obligadas a los requisitos y principios regulados en la nueva Norma. Las comunicaciones deberán poder llevarse a cabo: por escrito o verbalmente o ambas, por vía telefónica, a través de mensajería de voz y a solicitud del informante, a través de una reunión presencial, debiendo advertirle de la grabación de la comunicación y del tratamiento de sus datos personales.

El responsable de la implementación y gestión del SII debe ser el órgano de administración o de gobierno de cada entidad, quien además debe seguir un trámite de consulta con los Representantes Legales de los Trabajadores (RLT). Además, el órgano de administración o de gobierno de cada entidad será el responsable del tratamiento de los datos del SII.

Sin embargo, el responsable de la gestión del SII puede ser una persona física o un órgano colegiado, en cuyo caso, dicho órgano deberá delegar en uno de sus miembros la gestión del Sistema y tramitación de los expedientes de investigación. Concretamente la Ley establece que en el sector privado, será un directivo de la entidad que ejercerá su cargo con independencia del órgano de administración, salvo que por la dimensión y naturaleza de las actividades de la entidad no esté justificado que un directivo sea Responsable del Sistema. En tal caso, se podrá desempeñar este cargo por la persona responsable de la función o cumplimiento normativo, siempre que no exista conflicto de intereses. Este responsable desarrollará sus funciones de forma independiente y autónoma, sin recibir instrucciones de ningún tipo y deberá estar dotado de todos los medios personales y materiales necesarios para

llevarlas a cabo. Su nombramiento y cese deberá notificarse a la AAI.

En los grupos de empresa se podrá compartir tanto el SII como los recursos destinados a gestionar y tramitar las comunicaciones, respetando las garantías legales, debiendo la sociedad dominante, aprobar una Política general relativa al SII y a la defensa del informante, y asegurar la aplicación de sus principios por todas las entidades del grupo, sin perjuicio de la independencia y autonomía de cada empresa respecto al sistema de gobierno corporativo o de gobernanza del grupo y de las modificaciones o adaptaciones necesarias para el cumplimiento de la normativa que les resulte de aplicación.

La norma también establece la obligación de remitir la información al Ministerio Fiscal cuando los hechos pudieran ser indiciariamente constitutivos de delito y a la Fiscalía Europea cuando afecten a los intereses financieros de la Unión Europea

Respecto de los tipos de infracciones previstos, se prevé la imposición de multas de 1.001 hasta 300.000 euros si el infractor es una persona física y de multas de 100.000 hasta 1.000.000 de euros, si el infractor es una persona jurídica. También se prevé la amonestación pública, la prohibición de contratar con el sector público durante un máximo de 3 años y la prohibición de obtener subvenciones u otros beneficios fiscales durante un máximo de 4 años.

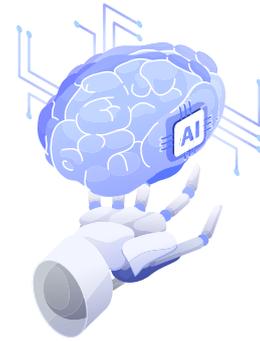
Además, las sanciones muy graves por cuantía igual o superior a 600.001 euros impuestas a entidades jurídicas podrán ser publicadas en el B.O.E. tras la firmeza de la resolución en vía administrativa, indicando el tipo y naturaleza de la infracción y, en su caso, identidad de las personas responsables de las mismas de acuerdo con la normativa sobre protección de datos personales.

Finalmente la norma permite que los sistemas internos de comunicación y sus correspondientes canales que, a la entrada en vigor de esta ley, tengan habilitados las entidades u organismos obligados sirvan para dar cumplimiento a las previsiones de la norma, siempre y cuando -claro está- se ajusten a los requisitos establecidos en la misma.

Dedicaremos otro capítulo a explicar el impacto que esta normativa tiene para las organizaciones públicas y privadas y la caótica regulación que se contiene en la norma analizada en materia de protección de datos de carácter personal teniendo en cuenta que podemos considerar a los tratamientos de datos que se lleven a cabo para el cumplimiento de esta Ley, tratamientos de "alto riesgo" y habida cuenta de los daños y perjuicios que pueden sufrir las personas informantes, que constituyen desde el punto de vista del Reglamento General de Protección de Datos un colectivo vulnerable, como consecuencia del tratamiento de sus datos de carácter personal. ■



¿Qué va a aportar la IA al marketing digital B2B?



POR **HENRIQUE ERMIDA**

Senior Advisor,
Business Development
en Grupo Cibernos

¿Te preguntas cómo cambiarán los puestos de trabajo de marketing digital en los próximos años?

Probablemente, los trabajadores le dirán a Chat GPT o la herramienta de generación de contenidos que le redacte un texto, dándole las indicaciones adecuadas. Generará la foto conforme a los requisitos introducidos, y programará en función de los datos recibidos de forma personalizada.

No cabe duda de que empieza una nueva era gracias a la inteligencia artificial y ya no hay marcha atrás. En los próximos tres años, transformará el mundo del marketing de una manera significativa: muchas tareas serán automatizadas, como el análisis de datos y la segmentación de audiencias, liberando a los empleados de tareas repetitivas para centrarse en otras más estratégicas.

Necesitarán adaptarse a esta nueva realidad y encontrar formas de añadir valor en áreas donde la inteligencia artificial aún no puede reemplazar la creatividad y la experiencia humanas. Sabemos que esto, como cualquier novedad, genera sentimientos encontrados.

¿Podrán sobrevivir a medida que la IA cambia la forma en que hacemos negocios?

El mundo del marketing está en constante evolución y la inteligencia artificial se está convirtiendo en una herramienta fundamental para las empresas que desean mantenerse a la vanguardia.

Compañías como HubSpot ya han creado su propio software de marketing automatizado, que permite automatizar tareas repetitivas, como el envío de correos electrónicos, la personalización de mensajes y la gestión de campañas publicitarias. Campañas más eficientes respaldadas por el poder de los datos de clientes en tiempo real. Esto libera tiempo para centrarnos en tareas más estratégicas y creativas.

La analítica predictiva utiliza algoritmos de aprendizaje automático para predecir el comportamiento de los clientes e identificar patrones. Esto permite a las empresas tomar decisiones más informadas sobre cómo llegar a su público objetivo. Plataformas de análisis como Microsoft Dynamics 365 Business Central permiten la gestión de diversas áreas de una empresa y ofrecen capacidades analíticas, como informes predefinidos, analítica predictiva y en tiempo real, entre otras.

La combinación de todas las soluciones es casi infinita, pero, como siempre en tecnología, la clave es el caso de uso. Es aquí donde se presenta el mayor cambio, algo similar a los inicios de internet. ¿Sabías que cada día se crean 4.000 nuevas empresas de IA a nivel mundial?

OTRAS TENDENCIAS TECNOLÓGICAS DE GRAN ENVERGADURA PARA EL MUNDO B2B

#Internet de las Cosas (IoT)

Se estima que para el año 2025, el IoT generará alrededor de 79,4 zettabytes (ZB) de datos al año, lo que significa que habrá una cantidad inmensa de información disponible para las empresas. Para su procesamiento y análisis, utilizarán herramientas de análisis y machine learning con las que: identificar patrones y tendencias, automatizar el procesamiento, hacer análisis predictivos, etc.

El área de marketing, además, podrá usar los datos generados para ofrecer soporte proactivo. Por ejemplo, los sensores en un dispositivo pueden enviar información sobre su rendimiento, lo que permite tomar medidas preventivas y ofrecer actualizaciones antes de que se produzca un fallo.

#Machine Learning (ML)

En el contexto del machine learning, la calidad de los datos es esencial para obtener modelos precisos y útiles. Es decir, que sean exactos, íntegros y consistentes. Si los datos que se utilizan para entrenar un modelo de ML son de mala calidad, el modelo resultante puede ser impreciso o sesgado, lo que limita su capacidad.

En este sentido, el gobierno del dato en marketing digital es fundamental para garantizar la calidad de la información utilizada para el entrenamiento de los modelos. Un enfoque adecuado implica el establecimiento de políticas y estándares, así como la gestión de la calidad y la implementación de medidas de seguridad para proteger la información sensible y confidencial.

CONCLUSIONES SOBRE TENDENCIAS POTENCIALES PARA EL B2B EN 2023

En 2023, todos los líderes en soluciones tecnológicas se sentirán comprometidos con la evolución de la tecnología en el mundo B2B. Es fundamental estar al tanto de las últimas novedades y necesidades del mercado para poder brindar las mejores soluciones.

Y, para terminar, dejar nota a 4 herramientas de IA que me han fascinado: DALL-E 2, una plataforma innovadora para convertir texto a imagen de los creadores de Chat GPT; Copy.ai, un redactor que genera contenido de calidad al instante; Beatoven.ai, un creador de música libre de derechos, impulsado por IA; y la iniciativa de Deep Agency para crear un gemelo virtual de ti mismo o usar modelos que no existen y que son generados por IA.

Las tendencias tecnológicas presentadas son solo algunas de las muchas herramientas innovadoras que están transformando el mundo empresarial, un mundo en continuo cambio. ■

Descubre al líder de soluciones SAP en España



- Optimiza tus procesos de compras, viajes y gastos de empleado
- Potencia el talento de las personas con soluciones flexibles
- Anticípate a los cambios en la cadena de suministro
- Enriquece la experiencia de tus clientes



minsoit

An Indra company

SEIDOR

#HumanizandoLaTecnologia



seidor.com