



AUSAPE

ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE SAP ESPAÑA

Nº 44. Julio 2016

Fórum AUSAPE



La transformación digital y Vicente Fox, en la XII edición

EN ESTE NÚMERO

Un amplio resumen del evento
anual que reunió a 696 asistentes

Valentín García

IT Manager de Mantequerías Arias

Tecnocom

Líder en Soluciones y Servicios TIC

Tecnocom, es una multinacional española con presencia en diez países y posicionada entre las cinco primeras empresas TIC en el mercado español. Es Partner de SAP hace más de 15 años, durante los cuales ha diseñado e implantado proyectos en más de 100 clientes. Cuenta con Consultores altamente cualificados en gestión, consultoría y desarrollo de soluciones SAP.

MÁXIMA CALIDAD EN CADA PROYECTO:

- Miembro de Executive Council SAP EMEA
- Premio mayor volumen de negocios en Business Analytics
- Mayor calidad en Proyectos 2009, 2010 y 2011
- Certificación Partner Center of Expertise PCoE
- Soluciones Certificadas RDS
- Mayor crecimiento de ventas en 2014



• Consultoría • Tecnología • Outsourcing
www.tecnocom.es

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



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

Consejo Editorial

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

Revista AUSAPE

Dirección:

Junta Directiva AUSAPE

Colaboradores:

Roberto Calvo
Mercedes Aparicio
Rita Veiga
Reyes Alonso

Dirección de Arte

Tasman Graphics

Suscripciones

secretaria@ausape.es

Publicidad

gestor@ausape.es

Redacción

comunicacion@ausape.es
www.ausape.es

Depósito Legal:

M-10955-2007

Edita

AUSAPE

Impresión

Trisorgar

La Asociación de Usuarios de SAP España y la dirección de la revista AUSAPE no comparten necesariamente las opiniones y datos publicados en la revista, ni tampoco se hacen responsables de los artículos, reportajes, opiniones, datos y colaboraciones que aparecen en la revista y están firmados por sus autores, siendo éstos los responsables. No estando permitida la reproducción, distribución o comunicación pública de la totalidad o parte de los contenidos publicados, en cualquier tipo de soporte o medio técnico sin la autorización de Asociación de Usuarios de SAP España.



Mónica García Ingelmo

Vicepresidenta de AUSAPE en representación de Orange España

Nuestro Fórum vuelve a crecer

Estimado Asociado,

Acabamos de celebrar el Fórum AUSAPE 2016. Una edición que se ha cerrado con la asistencia de 696 profesionales (un 11 por ciento más que en 2015) SAP de 268 empresas, dato también superior al del año pasado. Con estas cifras, el evento vuelve a demostrar que es el principal punto de encuentro independiente del ecosistema SAP, pero también nos atrevemos a decir que se ha consolidado entre las mejores convocatorias tecnológicas a nivel nacional.

El crecimiento en asistencia, junto con el respaldo y patrocinio de 44 partners de SAP que son miembros de AUSAPE, también da una idea del estado del ecosistema SAP (sus clientes, socios de SAP y la propia compañía tecnológica) y nos permite tomar el pulso a nuestra actividad y a la receptividad de nuestros Asociados hacia nuestras iniciativas y servicios.

Los buenos resultados alcanzados en la XII edición nos lleva a pensar que merece la pena tanto el trabajo como los recursos destinados para organizar el evento. Esto, sin duda, se debe a la fidelidad que muestran nuestras empresas asociadas con el evento y el valor real que aporta a las organizaciones, en tanto que permite conocer la hoja de ruta y las tecnologías por las que están apostando SAP y los principales proveedores del mercado tecnológico.

Estamos convencidos de que el contenido y su calidad son claves para el éxito, pero también lo es poder disponer de un espacio donde conocer y compartir experiencias con otros clientes y generar relaciones de confianza con otras compañías.

En esta revista dedicamos 30 páginas a lo ha dado de sí este Fórum que ha vuelto a cumplir las expectativas de los asistentes, como muestran los formularios de satisfacción que han entregado casi 500 asistentes. Y, desde este momento, nos ponemos ya a trabajar en la cita de 2017 y novedades que podamos incorporar en cuanto a formatos y contenidos.

Además de este especial post-Fórum, la revista nos acerca noticias, entrevistas y artículos en profundidad que esperamos os resulten útiles. Llega a nuestra oficinas justo antes de que la mayoría de nosotros nos vayamos de vacaciones de verano, un descanso que servirá para desconectar y coger fuerzas para encarar el último tramo del año.

Es el momento de disfrutar de la revista y de las vacaciones. ¡Feliz verano!



Nuestros colaboradores habituales

HELMAR RODRÍGUEZ

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

IGNACIO GONZÁLEZ GARCÍA

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

GONZALO M. FLECHOSO

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



DESTACAMOS A ...	03
NOTICIAS	04
ESPECIAL XII FÓRUM AUSAPE	08
Xavier Ballart inaugura el Fórum AUSAPE más 'transformador'	
AUSAPE cede espacio a la solidaridad en su mayor evento	
La sociedad y el nuevo paradigma tecnológico, con Vicente Fox AUSAPE y Twitter preguntan... nuestros ponentes responden...	
Un viaje por Internet de las Cosas, con Alicia Asín	
SAP, ante el cambio climático y la economía colaborativa	
Cómo la tecnología SAP está ayudando a redefinir los procesos	
La evolución de SAP en el área de Cloud	
La estrategia de SAP para la era digital	
Las últimas novedades de las soluciones SAP, de la mano de sus expertos	
Internet of Things: News from the Edge	
Más de 20 casos de éxito expuestos en esta edición	
Sesiones demo, una novedad de la XII edición	
Los asistentes opinan sobre Fórum AUSAPE	
Los asistentes ponen nota al evento	
Resumen de críticas, comentarios y sugerencias obtenidos de las encuestas de satisfacción	
Networking	
ENTREVISTA	39
Pilar Martínez Santa María, Cloud LoB Head de SAP España	
Juan Carlos Rodríguez Manzaneque, Director General del sector Industria y Consumo de Tecnomcom	
EN PROFUNDIDAD	46
Cubriendo los procesos de negocio con SAP S/4HANA Finance	
To cloud or not to cloud?	
Los 5 elementos más ignorados al gestionar los Recursos Humanos en la nube	
CSOL: Detención de colisiones de proyectos en paralelo	
SAP BusinessObjects Cloud	
Bienvenidos a la "Cuarta Revolución Industrial"	
Seidor & SAP Hybris, la mejor combinación posible para impulsar un negocio multicanal	
SAP Master Data Management, una solución clave en la empresa	
EL VIRUS DE LA MENTE	62
La transgresión en la creación	
RINCÓN LEGAL	64
Delegado de Protección de datos, nueva posición obligatoria en la empresa	
LA TRASTIENDA	66
Valentín García, IT Manager de Mantequerías Arias	
FIRMA INVITADA	68
Internet de las Cosas puede mejorar la transparencia y democracia	



ESPECIAL XII FÓRUM AUSAPE (pág. 11)



ENTREVISTA (pág. 43)

Pilar Martínez Santa María, Cloud LoB Head de SAP España



ENTREVISTA (pág. 46)

Juan Carlos Rodríguez Manzanque, Director General del sector Industria y Consumo de Tecnom



LA TRASTIENDA (pág. 70)

Valentín García,
IT Manager de Mantequerías Arias

FIRMA INVITADA (pág 72)

Alicia Asín, CEO de Libelium, fabricante de soluciones para redes inalámbricas de sensores para Smart Cities y el Internet de las Cosas



Conclusiones del último SUGEN F2F Meeting de los Grupos de Usuarios de SAP en Walldorf



Mónica García Ingelmo, Vicepresidenta de AUSAPE, junto con Rita Veiga, Ejecutiva Comercial y de Gestión de la Asociación, participaron en el F2F Meeting de SUGEN (la SAP User Groups Executive Network), que se celebró en Walldorf los días 14, 15 y 16 de junio.

Al encuentro asistieron también representantes de ASUG Colombia, ASUG Norteamérica, FINUG (Finlandia), INDUS (India), SAPience.be (Bélgica), SAPSA (Suecia), SBN Noruega (Noruega), SUG MENA (Oriente Medio y norte de África), SAP UK & Ireland UG, VSNG (Holanda), USF (Francia), SAUG (Australia) y JSUG (Japón). En total, 14 Asociaciones de las 19 que componen SUGEN. Por supuesto, en la reunión también participó el equipo de SAP GUGO (Global User Groups Organization), que da soporte a los Grupos de Usuarios.

Estos encuentros, que reúnen a algunos de los Grupos de Usuarios de SAP en el mundo agrupados en SUGEN, sirven para compartir mejores prácticas y tratar temas comunes a todos ellos, de forma que se puedan encontrar respuestas que ayuden a la evolución de las distintas asociaciones, y que puedan ofrecer mejores servicios a sus Asociados.

Así, en las diferentes sesiones se abordaron temas muy diversos, entre ellos la evolución de SAP. Su portfolio ha cambiado mucho en los últimos años para dar respuesta a las nuevas necesidades de las empresas, con nuevas tecnologías en ámbitos como Big Data y Analítica, Movilidad, Internet de las Cosas o Cloud, hacia donde ha avanzado su portfolio y de donde proceden ya gran parte de sus ingresos.

En este contexto, según ha quedado patente en la reunión, en ocasiones los clientes tienen problemas a la hora de entender determinados elementos de la nueva propuesta y, en ese contexto, los Grupos de Usuarios consideran que su papel es contribuir a una mayor comprensión y puente entre el fabricante y sus clientes. En este sentido, de forma general se hace necesario un

cambio en la forma de comunicación de los Grupos de Usuarios con sus empresas asociadas porque “la interlocución se produce con personas más que con empresas, y tenemos que entender sus problemas con SAP y estudiar la forma de poderles ayudar”, concluyeron los participantes en la reunión.

En línea con esta preocupación, varios Grupos expusieron sus experiencias. En el caso del UKISUG (la asociación de UK e Irlanda) realiza llamadas a sus Asociados una vez al año, con el propósito de conocer sus inquietudes y preocupación, así como escuchar sugerencias sobre cómo pueden establecer relaciones más próximas.

SAP HANA y SAP S/4HANA

La tecnología SAP HANA y la nueva plataforma del software de gestión SAP S/4HANA son una oportunidad para los Grupos de Usuarios de ayudar a sus Asociados a disponer de información sobre las novedades de estas soluciones, ya que las empresas necesitan conocer las implicaciones de adoptar estas soluciones para sus negocios.

En este ámbito, VSNG (la asociación holandesa) ha creado un grupo de trabajo para abordar esta temática pero, de momento, no ha experimentado una gran evolución. Dentro de sus iniciativas, también está ofreciendo workshops gratuitos. En este sentido, AUSAPE está planteando tener un grupo con esta temática.

SESIONES PRESENCIALES Y ONLINE

También de forma general, se ha concluido que los Grupos de Usuarios están aportando una gran cantidad de información a sus empresas asociadas y que ésta debe adaptarse más a sus necesidades y retos. “Los clientes quieren la respuesta a sus problemas y necesidades específicas y no solamente un workshop más”, señaló uno de los asistentes.

En cuanto a cómo deben ser las sesiones para cumplir las expectativas de los participantes, se ha incidido en la idea de incorporar más casos de éxito, con los cuales las empresas se puedan identificar.

Asimismo, algo que solicitan los Asociados en algunos países es que se organicen sesiones de corta duración para que los ponentes sean claros y concisos, y puedan resultar de mayor utilidad. Sin embargo, hay todavía una clara preferencia por los encuentros presenciales.

COMUNICACIÓN

Es un aspecto que quieren reforzar todas las Asociaciones. En este punto, la totalidad coincide en la relevancia de los newsletters, la comunicación en redes sociales, los emails de contenido relevante sobre los eventos y convocatorias, así como en la necesidad de articular un mecanismo que permita al Asociado contactar con la persona adecuada en caso de necesitar información adicional sobre un tema específico.

Por otro lado, y a fin de que la comunicación sea organizada, se recomienda que los boletines informativos, ya sean de actualidad o de convocatorias, sean recibidos por los Asociados con una periodicidad recurrente. Un ejemplo claro son los boletines de convocatorias de eventos, que suelen ser enviados los lunes, para que el Asociado pueda programar su semana.

Se ha incidido también en la necesidad de segmentación de las bases de datos para que cada empresa asociada reciba los



temas que son de su interés. Sería el caso, por ejemplo, de enviar invitaciones de un Grupo de Trabajo a aquellas personas que participan en él.

En lo que se refiere a la comunicación en redes sociales, AUSAPE es una de las Asociaciones que más esfuerzo ha hecho en crear comunidades en esta plataforma, con buenos resultados tanto en Twitter como en LinkedIn y, según las variables mostradas, se encuentra en los puestos de cabeza en cuanto al mejor uso que les dan a estas redes.

AUSAPE es una de las Asociaciones con más presencia en redes sociales, sólo superada por Reino Unido e Irlanda y Francia.



an **NTT DATA** Company



¿CÓMO ABORDAR LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE FORMA RÁPIDA, INTEGRADA Y SIMPLE EN UN MODELO PAGO POR USO?

SOMOS LA RESPUESTA

EVERIS
SAP BUSINESS UNIT

attitude makes the difference

Consulting, IT & Outsourcing Professional Services

Atos

Integrar el talento en el negocio

La gestión del capital humano, del talento es uno de los grandes desafíos a los que se enfrentan las organizaciones, y resulta especialmente crítico en el actual proceso de transformación digital. Esta situación exige una aproximación diferente que vincule los sistemas de gestión del capital humano (HCM) con los de gestión del negocio (ERP), asegurando que la fuerza de trabajo y el desarrollo de los empleados se alinean con la estrategia de negocio.

Se trata de una combinación de tecnologías y procesos que permiten conectar el negocio con la gestión el talento y la fuerza de trabajo, que encuentra en la nube el modelo más efectivo.

La mayoría de las empresas no son capaces de planificar sus necesidades de mano de obra de manera flexible. Un problema grave cuya solución requiere un modelo de planificación inteligente, alineado con el negocio, que permita aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado y que reduzca costes.

El objetivo debe ser optimizar los gastos de mano de obra y gestionar sus capacidades y habilidades. Un nuevo modelo de planificación estratégica de la fuerza de trabajo que reduce los riesgos asociados a la disponibilidad y capacidad del personal y que permite identificar hoy las funciones críticas y

puntos conflictivos para dotar a las empresas del personal que necesitará en el futuro. La experiencia nos confirma que las organizaciones que combinan la planificación de la plantilla con los modelos financieros superan a sus competidores.

Además, estas prácticas y procesos permiten desarrollar grandes profesionales, reclutar a los mejores y retener a los ganadores.



Nuevos Asociados

Apartado dedicado a las nuevas empresas que se incorporan a la Asociación. En este número damos la bienvenida a:



APLI PAPER
Artes Gráficas
www.apli.com



LATAM AIRLINES GROUP
Transporte Aéreo y Espacial
www.lan.com



MAIER S.COOP.
Automoción
www.maier.es



TUI HOLDING SPAIN
Turismo
esp.tui.com

El evento anual de CIONET será a finales de septiembre

El evento anual de CIONET ya tiene fecha. Será el 28 de septiembre en el Hipódromo de Madrid el Evento Anual y este año tiene como tema "La Era del Cliente Digital".

Se profundizará sobre la radical transformación del comportamiento de las personas en la sociedad digital, la actualidad del Customer Experience y las alternativas e iniciativas de las empresas ante sus clientes y las claves del marketing digital, así como de las organizaciones colaborativas de esta era.

Participarán en CIONET 2016 importantes directivos de TI como Federico Flórez, CIO de Ferrovial; Ignacio Cea, Director General de Innovación de Bankia; Fernando Lucero, CIO de Iberdrola y Agustín González Tuñón, CIO de Prosegur. Intervendrá también José Ignacio Goirigolzarri, Presidente de Bankia.

Estrategia apoyada en tecnología. Y todo irá sobre ruedas.

© 2016 Accenture. Todos los derechos reservados.



Estrategia visionaria y tecnología innovadora. Cuando la estrategia se apoya en la tecnología, tu negocio adquiere una posición competitiva. Nuestro enfoque único te ayuda a reaccionar con mayor rapidez, a mayor escala y a aprovechar cada nueva oportunidad que se te presente. Con una estrategia apoyada en tecnología, tu negocio se posiciona para adaptarse y crecer, hoy y en el futuro. Eso es alto rendimiento, hecho realidad.

Alto rendimiento. Hecho realidad.



Xavier Ballart inaugura el Fórum AUSAPE más ‘transformador’

El evento anual de Asociación ha ofrecido una amplia visión del presente y futuro de las TI en las organizaciones, que pasa inexorablemente por la transformación digital. Este tema se convirtió en el hilo conductor de la XII edición del Fórum, que se convirtió un año más en punto de encuentro e intercambio de la comunidad SAP en España.

El Fórum tiene la capacidad “de ofrecer una visión amplia sobre el presente y el futuro de las Tecnologías de la Información en nuestras organizaciones y, además, es un gran espacio para intercambiar experiencias, mejores prácticas y establecer relaciones de confianza con otras compañías”, subrayó Xavier Ballart, Presidente de AUSAPE.

El evento de AUSAPE se ha celebrado en un momento de cambio en el que el actual entorno hiperconectado requiere una respuesta y otra forma de hacer las cosas, que hace que la tecnología cobre relevancia en las empresas para que el negocio pueda evolucionar, y también pone a los equipos de IT en el punto de mira de todas las unidades de negocio. Así lo trasladó el Presidente de AUSAPE, quien indicó que, por eso, “la agenda del evento está muy orientada a temas que, a día de hoy, son críticos: la innovación, el liderazgo y, cómo no puede ser de otra manera, la transformación digital”.

Actualmente, según reflejan diferentes estudios a los que aludió el directivo, un 54% de los CEO creen que la transformación digital provocará importantes cambios en algunos sectores y, pese a ocupar el puesto número 14 por volumen de su PIB, a nivel mundial España está en el 45 en desarrollo de la digitalización.

En este punto señaló que, aunque queda mucho por hacer, el cambio para las empresas está marcado y que los departamentos de Tecnología tienen el reto de facilitar los cambios tecnológicos y los procesos de negocio necesarios para impulsar las estrategias digitales. “Para ello, tenemos que tender hacia la simplificación de las TI, los desarrollos rápidos, ofrecer tecnologías que permitan realizar análisis rápidos que agilicen la toma de decisiones, crear entornos de innovación, etc.”, prosiguió.

AUSAPE Y LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Ante estos cambios, AUSAPE (la Asociación de Usuarios de SAP España) no puede permanecer ajena y quiere ejercer un papel vertebrador del ecosistema SAP, “contribuyendo al crecimiento y competitividad de empresas asociadas y creando un entorno de colaboración influyente”, aseguró.

La prioridades de la Asociación se han fijado en el Plan Estratégico 2015-2017, que sienta las bases de lo que quiere ser y de su propia transformación digital, con acciones a crecer y potenciar productos y servicios de alto valor para las empresas asociadas, así como la colaboración entre ellas.



En línea con este plan, Xavier Ballart también mencionó el cambio de identidad corporativa, realizado el pasado octubre y anunció su conclusión en breve con el despliegue de la nueva página web de la Asociación. “Pensamos que este esfuerzo merece la pena y que, tanto nuestra identidad corporativa como la nueva web, o nuestra actividad en redes sociales, tienen que reflejar lo que es AUSAPE, y servir para hacer llegar todas nuestras actividades a los miembros”.

Al respecto de la nueva web, reveló que tendrá un diseño adaptado a la nueva identidad corporativa, será totalmente *responsive*, así como sencilla y fácil de usar, y conservará las funcionalidades de la web anterior, pero mejoradas.

Por último, hizo un repaso a la intensa actividad de la Asociación, haciendo hincapié en que ya cuenta con más de 450 empresas

asociadas, da servicio a más de 3.750 usuarios, da soporte a alrededor de 300 eventos externos de SAP y los partners asociados y sus Grupos de Trabajo organizan más de 70 reuniones al año.

La Asociación ha abierto también Delegaciones en Baleares y Andalucía, que se suman a las ya existentes de Cataluña, Levante y Canarias, y han iniciado actividades nuevos Grupos de Trabajo, SAP Business One e Industria 4.0, que se suman a los 7 que ya estaban operativos.

“Desde aquí os quiero animar a que participéis en las actividades de AUSAPE porque cuanto más lo hagáis, más beneficios obtendrán vuestras empresas y vosotros. Llamadnos, proponednos cosas, consultadnos, estamos aquí para ayudaros, para ser vuestros socios en un momento importante en el que todos estamos transformándonos”, concluyó el Presidente de AUSAPE.

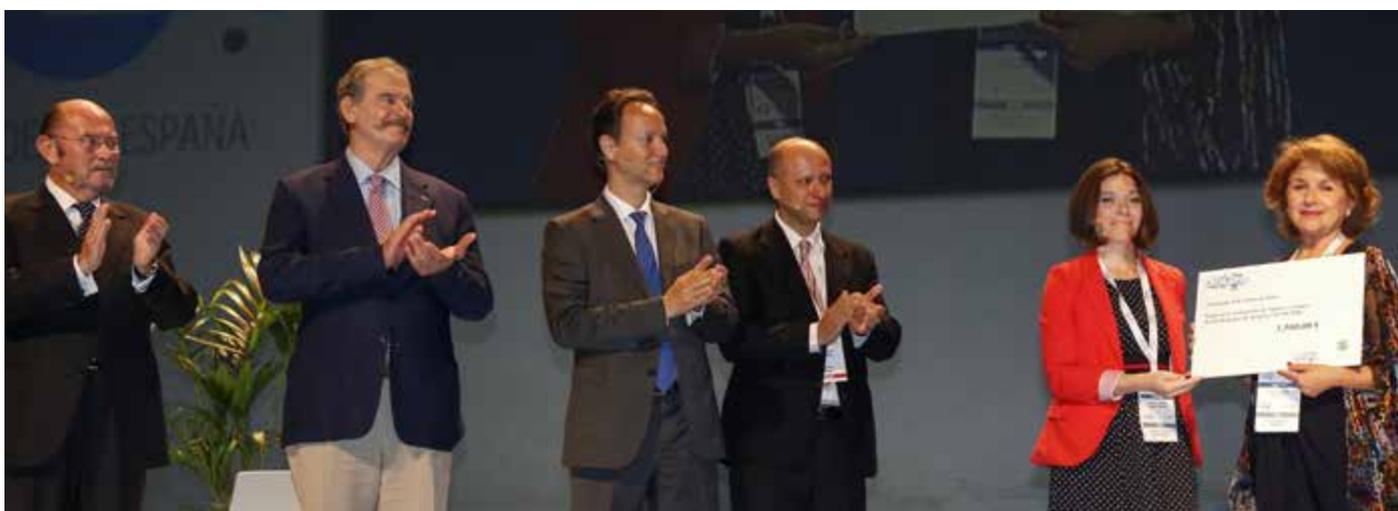
Agradecimiento a los Coordinadores de los Grupos de Trabajo y Delegados de AUSAPE

Xavier Ballart agradeció el esfuerzo y dedicación totalmente altruista de Coordinadores y Delegados de AUSAPE presentes en el evento, por su contribución a la dinamización de los foros de discusión y de intercambio de conocimiento, ya que “son fundamentales a la hora de vertebrar AUSAPE y de profundizar en temas que nos preocupan a todos, además de reforzar nuestra interlocución con SAP cuando surgen problemas en sus áreas de

actuación”, explicó. En la imagen, de izquierda a derecha, Sergio Rubio (Delegación de Andalucía); Óscar Valor (Delegación de Levante); Joan Corbella (Grupo BI-BO); Jordi Flores (RR.HH. Barcelona); Miguel Ángel Gámez (RR.HH. Sector Privado Madrid); Mercè Ordóñez (Delegación de Cataluña); Sara Antuñano (Financiero Sector Privado), Javier Mediavilla (Financiero Sector Público) y Valentín Santana (Delegación de Canarias).



AUSAPE cede espacio a la solidaridad en su mayor evento



AUSAPE está cada vez más comprometida con la sociedad y las comunidades que le rodean. Dando continuidad a la actividad de Responsabilidad Social Corporativa, la Asociación donó una parte de lo recaudado con la inscripción al evento a una asociación local, APASCIDE Aragón, la Asociación de Padres y Amigos de Sordociegos de esta Comunidad Autónoma.

Mónica García Ingelmo, Vicepresidenta de AUSAPE, fue la encargada de entregar el donativo de AUSAPE a APASCIDE, acompañada por Xavier Ballart, João Paulo da Silva, Director General de SAP España, Portugal e Israel; Vicente Fox, ex Presidente de México, ponente de excepción en la edición de este año; y José Aguilaniedo, CEO de UST Global en España.

“Vivimos en un mundo complejo en el que las empresas debemos comprometernos con la sociedad y responder a las necesidades, ya sea a través de programas medioambientales, de voluntariado, donaciones, etc”, destacó Mónica García Ingelmo.

De ahí que la Asociación realice donaciones para ayudar a proyectos de mejora asistencial y desarrollo, que han recaído en los últimos años en Cruz Roja, Médicos Sin Fronteras, Cáritas, Fundación Vicente Ferrer o ASPANOA o la Asociación de Padres de Niños con Cáncer de Aragón, coincidiendo con la celebración de Fórum AUSAPE 2015, recordó la directiva.

El donativo con parte de lo recaudado con nuestras inscripciones al Fórum, ha recaído este año en APASCIDE, la Asociación de Padres y Amigos de Sordociegos de Aragón.

Su Presidenta, María Jesús Morales Ullate, recogió el donativo y agradeció que AUSAPE diese voz a este colectivo en su evento anual. Los sordociegos, explicó, constituyen uno de los universos más complejos y diversos en el mundo de la discapacidad. Por eso, “es urgente actuar desde el primer momento con el soporte de mediación y estimulación temprana y post-temprana”, subrayó.

El 97% de la información con la que funcionamos cada día nos entra por ojos y oídos. Por tanto, ser sordociego dificulta el desarrollo personal, ya que afecta a la interpretación del entorno, capacidad de relacionarse, habilidades de aprendizaje y autonomía personal. “La comunicación es clave en su entorno con la imprescindible figura del mediador y su lenguaje de signos apoyado. En caso de sordoceguera congénita total el ratio es 1/1. Esto implica un coste muy elevado, que para las familias supone costes inviables”, subrayó.

A lo largo de los días de evento, APASCIDE Aragón también con un stand en la zona de exposición para dar a conocer su labor y también para que los asistentes pudiesen experimentar qué se siente cuando una persona es sordociega.



techedge

Inspiring Trust. Globally.

www.techedgegroup.es



La sociedad y el nuevo paradigma tecnológico, con Vicente Fox

La edición de 2016 del Fórum contó como ponente magistral con Vicente Fox, ex Presidente de México, fundador del Centro Fox y Presidente del Council Advisory de UST Global. El título de su conferencia fue “La Sociedad y el nuevo paradigma tecnológico”.

Vicente Fox destacó en su ponencia el impacto de la tecnología en la vida de las personas y los cambios que está provocando en las empresas. Firme defensor del rol que juega en la vida social y empresarial, durante su intervención subrayó que “ha contribuido a que la Humanidad dé pasos de gigante hacia adelante” e, incluso, parafraseando a Adam Smith, señaló que “es la mano invisible del éxito de las empresas, del éxito de las instituciones. No está al frente de ellas, pero desde atrás es la que posibilita el gigantesco avance que hoy estamos experimentando”.

Es la tecnología la que ofrece la gran capacidad de transformar y de acceder a la información, “acceso que nos hace poderosos”. Sin embargo, advirtió de que en una época donde el acceso a información de calidad está al alcance de todos, necesitamos aprender a utilizar esta información, de tal manera que nos lleven a acciones compasivas y aplicaciones innovadoras. “El reto hoy es construir un mundo cuyo liderazgo sea compasivo, donde podá-

mos crear proyectos de combate a la pobreza y podamos unir la vanguardia con la retaguardia. De lo contrario, estamos haciendo algo mal”, subrayó.

En un mundo altamente competitivo, la ruta seguir en este siglo XXI está llena de retos: crear una sociedad incluyente, elevar la visión humanista, innovar y crear constantemente. Siempre teniendo como objetivo de unir la vanguardia con la retaguardia. En su opinión, “nada va a funcionar permanentemente ni va a llegar lejos si no es que cada una de nuestras acciones vaya más allá del egoísmo personal y de la visión limitada. Tenemos que tener la capacidad de que esta tecnología sirva al mundo, sirva a nuestros semejantes, sirva particularmente a nuestra comunidad”.

Éste ha sido uno de sus principales mensajes porque está convencido de que las empresas de hoy, además de innovar y crear, tienen que construir un ‘liderazgo compasivo’. “Tienen que ser empresas con gran responsabilidad social y las que están a



“He aprendido que la mano invisible del éxito empresarial, no es aquello que vemos, sino todo aquello que está detrás del éxito: la suma de talentos, la conjugación de equipos interdisciplinarios y uso correcto de información”

la vanguardia en esto, ya casi no tienen que realizar campañas de marketing. Su propia historia de hacer el bien y de comprometerse con la comunidad, de ser vanguardistas en el desarrollo social, hace que destaquen y sean recibidas con entusiasmo por clientes y consumidores”.

En su intervención, también puso de relieve la importancia de formar equipos y de trabajar de forma colaborativa. “No hay que inventar a cada instante la rueda, sino aprovechar la experiencia colectiva de cada uno de nuestro socios. He aprendido que la mano invisible del éxito empresarial, no es aquello que vemos, sino todo aquello que está detrás del éxito: la suma de talentos, la conjugación de equipos interdisciplinarios y uso correcto de información”, prosiguió Fox.

“Vivimos en un mundo de alianzas y colaboración, no de división. Sumemos esfuerzos hacia la creación de puentes y cooperación. El

“No hay que
inventar a cada
instante la rueda,
sino aprovechar
la experiencia
colectiva de cada
uno de nuestro
socios”

mundo debe llenarse de esperanza para lograr lo que hoy nos proponemos”, subrayó.

En su discurso muy centrado en las personas, Vicente Fox también destacó que hoy “el capital humano es la materia prima, la herramienta que nos da la capacidad de transformar”. Y ante la escasez de talento y “la necesidad urgente de contar con esas mentes brillantes”, sostuvo que hay que acelerar la formación y generar ciclos más cortos de educación. “La industria no puede esperar cinco años para esperar a contar con ese capital humano”, señaló.

Concluimos el resumen de su ponencia con una de sus frases: “Sólo nos puede desviar de la ruta hacia un siglo XXI espléndido, la guerra, el conflicto, la violencia. Los seres humanos no damos el mejor rendimiento en estos escenarios. Para poder dar lo mejor necesitamos de paz, tranquilidad y armonía. Ésta es una responsabilidad individual, colectiva y de toda la Humanidad”.



AUSAPE y Twitter preguntan... nuestros ponentes responden...

Mónica García Ingelmo ejerció de moderadora de un panel de preguntas en el que participaron Xavier Ballart, João Paulo da Silva, Director General de SAP España, Portugal e Israel; José Aguilaniedo, Director General de España, Portugal y Latinoamérica, y el propio Vicente Fox. Parte de las preguntas llegaron a través de Twitter para abrir el turno de preguntas a los asistentes.

XAVIER BALLART

Como IT Manager de Codorníu, ¿qué es lo que os está pidiendo la empresa a ti y a tu equipo?

La exigencia en temas digitales es altísima, ya que estamos abordando la transformación digital mediante la acción en cuatro grandes bloques. Por un lado, queremos acercarnos y conocer mejor al consumidor. En esta área estamos desarrollando herramientas para nuestra comunidad de webs y realizando acciones de marketing digital, además de trabajar en el área de CRMs.

El segundo bloque está focalizado en impulsar la relación con nuestros clientes. Nuestra red comercial opera a través de distribuidores y buscamos mejorar la relación con ellos. Para ello, hemos mejorado la comunicación con nuestros distribuidores, conectando sus sistemas con los nuestros, trabajando conjuntamente con ellos y proponiéndoles soluciones comerciales mucho más efectivas, al disponer de toda la información e históricos. Adicionalmente, hemos dotando al área comercial de herramientas de movilidad avanzadas. Aquí nos apoyamos en SAP Fiori que nos está dando unos excelentes resultados.

La tercera área es la colaboración interna. Somos una empresa con presencia en muchos países y necesitamos estar mejor conectados. En este ámbito apostamos por mejorar las herramientas web meeting, soluciones de compartición de documentación, etc.

Finalmente, la cuarta es transversal a todos los bloques: la analítica. Aquí dimos un primer paso muy importante con la implantación de SAP HANA y queremos seguir avanzando para mejorar la información para la toma de decisiones.

Todo esto va acompañado de un cambio cultural, porque la transformación digital lo comporta.



¿Se ha planteado AUSAPE formas de llegar a nuevos perfiles en la empresa?

Pensamos que es muy importante que AUSAPE y su mensaje llegue a IT, y también a todas las áreas de negocio de las empresas asociadas. Es verdad que muchas veces la llegada ha sido a través del CIO pero eso está cambiando, por lo que estamos realizando un importante esfuerzo de comunicación para ampliar nuestro alcance.

JOÃO PAULO DA SILVA

João Paulo, tú tienes una visión muy amplia del estado de las empresas en varios países. ¿Cómo ves a la empresa española?

Un estudio en el que han participado CEOs apunta que el 90% de ellos son conscientes del impacto en su negocio de la transformación digital, pero sólo un 14-15% tiene un plan para llevarla a cabo. No obstante, pienso que se está produciendo una evolución natural hacia la digitalización de las distintas áreas de la compañía, y la transformación digital empieza cuando se cambian los procesos de negocio de la organización. Un ejemplo de ello es la empresa B2B Under Armour, que fabrica ropa deportiva, que ha evolucionado mediante la sensorización de las prendas a un mercado de fitness que les genera información y, con esa información, ha evolucionado hacia una parte médica creando una nueva vía de generación de ingresos.

En España, vamos un poco por detrás de los Países

Nórdicos, pero no es preocupante. Lo que no vemos es que las empresas estén llegando a ese último paso: crear nuevas áreas de negocio.



Con las recientes alianzas de SAP con IBM, Apple y Microsoft, ¿se está creando un entorno de colaboración más adecuado a la economía digital?

Con estas alianzas queremos acelerar los tiempos de llegada al mercado y ampliar las opciones de los clientes. Con IBM tenemos una larga historia de alianzas para mejorar los procesos de negocio y ésta reforzará la reestructuración de los procesos; con Apple hemos invertido en la movilidad de las aplicaciones y ahora aceleraremos su usabilidad en entornos móviles empresariales. Y la alianza con Microsoft mantiene la misma intención: también queremos dar más opciones a nuestros clientes en el mundo de la nube.

JOSÉ AGUILANIEDO

Como proveedor de servicios, José, háblanos de tu experiencia. ¿Qué preocupa hoy a las grandes empresas españolas y qué es lo que os están demandando a vosotros?

Lo más importante de todo es escuchar a los clientes. En los últimos días han aparecido varias declaraciones en la prensa económica. Por ejemplo, Francisco González, de BBVA decía que “la industria bancaria se ha quedado obsoleta y tiene unas estructuras de costes pesadas, sistemas informáticos arcaicos, una oferta poco diferenciada y una gran sobrecapacidad”, y José María Álvarez Pallete, de Telefónica declaraba que “Telefónica estudia su entrada en el negocio de la banca móvil”.

En definitiva, lo que están pidiendo los clientes es que les ayudemos a transformarse, a dar una respuesta al tipo de negocio que su cliente les demanda.

Otra voz es Mapfre, que invertirá 500 millones en TI para España y Portugal. La mitad de ellos serán para transformación digital para obtener un 6% de su cifra de negocio a través de negocios digitales.

Como proveedores de servicios, tenemos que estar muy atentos a cómo evolucionan las necesidades de los clientes y qué les demanda el mercado para poder dar respuestas a estas necesidades.



La digitalización, ¿hace evolucionar la oferta de los proveedores de servicios hacia la innovación?

Estamos tratando de aterrizar el paradigma de la era digital. Ya no se trata sólo del conocimiento del negocio y la tecnología, el siguiente paso es conocer al cliente y ser capaces de innovar en toda la cadena de valor del cliente.

VICENTE FOX

Desde la perspectiva global que usted nos puede aportar, ¿cómo ve posicionada a la empresa española en el escenario internacional y qué valor pueden aportar en América Latina?

Veo un enorme valor en los últimos años. La mayor inversión internacional en América Latina procede de España, por encima de EE.UU. y del resto del mundo, y esto no es nuevo. La empresa española lleva mucho tiempo allí y no hay duda de que ha sido de gran impacto. También es verdad que cada vez que vengo a España veo la cantidad de marcas y productos que

allí no conocemos. Estamos muy dominados por la empresa americana y en España hay mucha innovación.



¿Echa de menos capacidad de liderazgo político y empresarial en Europa?

Lo que percibo es que se ha abierto una brecha entre Norteamérica y la Unión Europea, ya que frecuentemente escucho críticas de una parte hacia la otra. Y sería positivo un equilibrio entre ambas, porque Asia está representando un gran reto.



Un viaje por Internet de las Cosas, con Alicia Asín

Alicia Asín, Consejera Delegada y co-fundadora de Libelium, compañía que diseña y fabrica redes de sensores inalámbricos, impartió la segunda de las ponencias magistrales de la XII edición de Fórum AUSAPE. En su intervención analizó el presente y futuro de Internet de las Cosas, y el impacto social y económico que puede suponer esta nueva revolución industrial.

Libelium, empresa desarrolladora de Wapsmote (plataforma de sensores modular y abierta para IoT) ha sido considerada “empresa unicornio” del sector tecnológico español por el diario económico internacional Financial Times, una denominación que solo unas pocas compañías alcanzan por el alto valor de su negocio.

Alicia Asín, co-fundadora de la firma y su Consejera Delegada, es toda una autoridad internacional en Internet de las Cosas y, a través de su experiencia profesional, trasladó a los asistentes el valor que puede aportar esta tecnología en ámbitos como la agricultura inteligente, la gestión del tráfico, la búsqueda de plazas de aparcamiento, la medición de los niveles de ruido y contaminación, la calidad del agua, la gestión de los residuos urbanos, el control del consumo energético procedente de la iluminación vial y de otras infraestructuras básicas.

Su empresa ha llevado a cabo proyectos en todas estas áreas, e incluso sus sensores han ayudado a medir los niveles de radiación en el accidente de la central nuclear de Fukushima en Japón.

A esta experta en IoT le gusta decir que “es la suma de estas cinco cosas: algo que va a permitir hacer cosas que antes no eran posibles; sorprender a todos rompiendo límites que no nos deberíamos poder permitir romper; democratizar la tecnología y hacer-

la accesible a todo el mundo; cambiar comportamientos (porque los verdaderos cambios no suceden con la tecnología sino con el comportamiento de las personas derivado de su uso) y, finalmente, resolver grandes problemas de la Humanidad”.

Tras diez años de actividad de su empresa, Alicia Asín reconoce que hoy el mercado está más maduro y que las empresas están empezando a entender que lo importante son las medidas fiables y que el éxito no radica en tener un gran número de sensores. “La cuestión es saber cuándo tengo que llevar a mi empresa un proyecto de IoT, ya que depende de muchos aspectos como la madurez de la tecnología, del mercado de la madurez de mi propia organización, etc.”. En definitiva, la conversación ha cambiado de términos cuantitativos a términos cualitativos.

Pese a algunas barreras que habrá que superar, Internet de las Cosas seguirá avanzando, constata, al decir que “estamos viendo muchísimas oportunidades a pequeña escala que surgen a la vez en todos los mercados, y esto es algo que debemos tener en cuenta”.

Y en este punto explicó que se habla de los grandes números de dispositivos y del potencial del mercado pero pocas veces se menciona que si todas esas cifras se cumplen, “para el año 2020

necesitaremos 4,5 millones de desarrolladores que sean capaces de hacer funcionar todos los proyectos”, subrayó.

De ahí que pusiese el acento en la necesidad de formar a las personas en estas nuevas tecnologías, de conseguir programadores de aplicaciones, en el desarrollo de hardware para dispositivos embebidos, etc., ya que “es crítico si queremos que todo esto se cumpla de verdad. Este es uno de los principales problemas que están frenando IoT”, sostuvo.

Alicia Asín subrayó que “estamos construyendo un nuevo mercado. Como empresa de hardware siempre hemos sido maltratados porque el software es el lado sexy, pero yo siempre establezco un símil con la era del ferrocarril, en la que hasta que no se construían las vías, no existía todo lo demás. En IoT las vías son los sensores, los routers y las infraestructuras de comunicación”.

En este punto, destacó que Libelium ha desarrollado un producto que, a través de una plataforma, puede captar cualquier tipo de sensor, independientemente del protocolo que utilice, y enviar sus datos a cualquier sistema de gestión. Además, ha lanzado soluciones paquetizables para que la adopción de esta tecnología no sea traumática y agilizar los despliegues.

En definitiva, IoT salva escollos y se asienta en el mercado impulsado por el avance de la tecnología en un mundo cada vez más hiperconectado y con numerosos escenarios de aplicación.



IoT, en la práctica

La exposición de esta experta en IoT estuvo plagada de ejemplos en los que la tecnología de Libelium ha sido aplicada. De ellos, destacamos algunos:

Fukushima 2011. El 11 de marzo de ese año se produjo en Fukushima (Japón) uno de los accidentes nucleares más graves de la historia. Cuando ocurren estos desastres, los habitantes de la zona afectada no disponen de información contrastada. Libelium desarrolló un monitor de radiación Geiger que permitía monitorizar y medir los niveles de radiación. Al cabo de semanas, “descubrimos que todas las personas que estaban recibiendo datos de estos sensores, los estaba compartiendo de manera abierta en la nube y estaban creando un mapa en tiempo real en una plataforma similar a Google Maps”.

En 2013 también realizó un proyecto para reducir al máximo ese sensor de radiación para que pudiese ser instalado en el *payload* de un satélite para medir los niveles de radiación que se producen en la atmósfera como consecuencia de las tormentas solares.

Proyecto de la Universidad de Cork en Irlanda. Esta Universidad utiliza los sensores de Libelium para monitorizar las condiciones de vida de las colmenas y, de esta forma, poder evitar su extinción. “Se trata de un proyecto testimonial, muy pequeño, pero que demuestra cómo, gracias a la tecnología, estamos haciendo cosas que realmente tienen un impacto, que realmente tienen la capacidad de cambiar el mundo en el que vivimos y hacerlo mejor”, explicó Alicia Asín.

Acuario Fluvial de Zaragoza. En el mayor acuario de este tipo de Europa dispone de sensores de Libelium que monitorizan las condiciones ambientales de animales como la anaconda o las

pirañas. “Me gusta dar este ejemplo porque cuando hablamos de IoT, todo el mundo tiene en la cabeza a las Smart Cities y a la Industria 4.0. Y lo que yo suelo decir es que las oportunidades están viniendo también de otros mercados”, señaló.

Canales de Holanda. Los famosos canales holandeses para transporte, irrigación y eliminación del agua tienen en marcha un proyecto piloto para monitorizar y automatizar las aperturas cuando los barcos van a pasar por uno de ellos. “El potencial de mercado es increíble pero hay que tener muy en cuenta que todos los grandes proyectos empiezan con una prueba de concepto. No se va de cero a puesta en producción nunca. Empezamos con un entorno muy controlado, con unos pocos equipos”, subrayó.

Viñedos. Libelium colabora con una empresa suiza con amplia experiencia en detectar plagas en los viñedos, con conocimiento sobre cómo convertir datos en información y, lo más importante, cómo hacer que esa información sea útil para el agricultor. Esta compañía ha creado un software con el que extraen toda la información de los sensores de Libelium “para ofrecer los datos como servicio mensual de consultoría al cliente en qué sector del viñedo tienen que regar o qué cepas necesitan fertilizante”, asegura.

“El caso en viñedos, que es extrapolable a otros cultivos, no sólo es interesante en lo que se refiere a ahorros en cepas perdidas, sino porque ayuda a reducir el número de fertilizantes que estamos utilizando. De esta forma, se disminuye el coste y también el impacto medioambiental”, matizó.

A lo largo de su intervención, también mencionó casos prácticos en Industria 4.0 y Smart Cities.



SAP, ante el cambio climático y la economía colaborativa

Carlos Díaz, Vicepresidente Senior de Innovación de SAP para el sur de EMEA, nos habló de dos fuerzas que están redefiniendo las reglas del juego. Por un lado, el cambio climático, que está formando el mayor grupo de interés de nuestra historia y, por otro, la economía colaborativa, que está creciendo de forma sustancial. SAP está trabajando en una plataforma que permitirá a las empresas crecer en este nicho de crecimiento acelerado y que, al mismo tiempo, será un 'social marketplace' para las personas comprometidas con reducir su huella de carbono: SAP CliMate.

Un problema que es de todos. Durante los últimos 10.000 años, la concentración de CO₂ en la atmósfera del globo ha sido constante, pero en los últimos 50 años, ha pasado de 280 partes a 400 partes por millón. Como resultado, "la temperatura del planeta ha aumentado un grado".

Así inició su exposición Carlos Díaz, quien explicó que este aumento de la concentración de dióxido de carbono se ha producido por las diferentes revoluciones industriales: la primera, auspiciada por la invención de motor de vapor en 1769, que estuvo marcada por el trío del carbón, el transporte ferroviario y el teléfono; y la segunda, que llegó con el motor de combustión, una época caracterizada por la gasolina, la infraestructura y una mayor distribución de bienes. "Esta segunda Revolución Industrial trajo un gran incremento de productividad en las fábricas, de hasta el 300%. Y se empezaron a producir muchas cosas y a consumirlas", añadió.

Y ahí radica parte del problema porque, como indicó, por cada kilo de algo que se produce, se gastan 3.200 kilos de materias primas. "Para construir un portátil de un kilogramo, estamos necesitando materiales como para producir 3.200".

En paralelo al uso de nuevas energías, la población mundial ha aumentado exponencialmente hasta los 7,4 billones de habitantes y ahora el objetivo que se ha puesto el mundo es que no exceder las 450 partes de carbono por millón en la atmósfera y no superar los 2°C de incremento de temperatura, que tendría consecuencias nefastas.

Para este ponente, "ahora estamos iniciando la tercera Revolución Industrial, que coexistirá un tiempo con la anterior y que producirá cambios en el trío característico de la segunda". Entre ellos, en 2030 hasta el 70% de las energías que consumamos sean renovables; el 25% de la producción procederá de procesos de elaboración aditivos y no sustractivos, por ejemplo, tecnologías 3D, que consumen 10 veces menos materiales, y el 30% de las cosas que utilicemos serán cosas compartidas o reutilizadas y no compradas. Además, muchas de las entregas se realizarán mediante nuevas tecnologías sensorizadas como los drones y otros. Y, por supuesto muchas de esas cosas, serán inteligentes".

Esta nueva etapa trae consigo también la economía colaborativa o los Commons. "Si solamente el 30% de los que usamos lo alquiláramos, seríamos capaces de reducir las emisiones a nivel mundial en un

2%". Este cambio tiene que ver con tener acceso al capital social, a las comunidades porque la gente quiere ser parte de algo más grande y empieza a estar cansada de ir al centro comercial y consumir. Y a esto se suma que ya no se cree a las empresas y lo que dicen, sino en el boca a boca", indicó Carlos Díaz.

Por tanto, estamos ante un cambio de paradigma que tiene que ver con el por qué y el para qué hacemos las cosas. "Y en este proceso muchas personas se han planteado qué pueden hacer para unir estos dos mundos: el de la economía colaborativa con el de la situación verde en la que nos encontramos. Históricamente compensar nuestra huella de carbono es algo que podemos y debemos hacer", prosiguió el directivo.

Y no es un tema baladí, la huella de carbono que la Tierra puede soportar de cada uno de sus habitantes para no incrementar los niveles de CO2 en la atmósfera son 2 toneladas de CO2 al año. La media en la UE son 13 toneladas, y en España de 15. "Mi media son 50 toneladas. Es decir, yo no puedo hacer otra cosa que compensar mi huella de carbono", sostuvo.

La respuesta de SAP

Carlos Díaz se mostró convencido de que el cambio climático está "formando el mayor grupo de interés de nuestra historia y, junto con la economía colaborativa, está restableciendo las reglas del juego de nuestro mundo. Por una parte, los consumidores están buscando activamente productos y servicios que respondan a un consumo más responsable y comprometido con el medioambiente. Sin embargo, no se fían de las empresas ni entienden cuál es el impacto de comprar uno u otro producto. Por otra parte, las empresas buscan nichos de crecimiento acelerado como el grupo de interés verde y, sin embargo, no tienen información personalizada sobre sus potenciales compradores.

La respuesta de SAP es SAP CliiMate, una plataforma que tiene como objetivo unir ambos intereses. Tiene dos componentes; CliiMate, que ofrece a los consumidores (denominados "mates") un "social marketplace" inteligente que les permite conectar su mundo online (información de energía, banca, sensores,...) con sus decisiones del día a día, además de facilitarles los indicadores planetarios de cambio climático, con su huella medioambiental diaria, y Cloud for CliiMate, que CliiMate ofrece a las empresas herramientas para la hiperpersonalización de sus ofertas (Precision Console, Pricing Simulator, Social Sentiment,...), así como de una manera creíble (certificada por terceras partes neutrales) de promover su RSC.

Al "mate", gente que ya está convencida en lo que se refiere al cambio climático y además utiliza la economía colaborativa, SAP CliiMate le permite hacer tres cosas: compartir, intercambiar y consumir. "La idea es que en 2030 que consumamos un 30% menos y compartamos un 30% más. Es decir, que tengamos que comprar algo cuando no haya otra opción. CliiMate es comunidad de gente con intereses similares y un marketplace donde pueden acceder a productos y servicios que les ayudan, de manera gamificada y a través de retos, a reducir su huella a la vez que ahorran dinero", continuó.

Para las empresas, la plataforma les permitirá entender al "mate" y promover sus servicios. "Quien primero se posicione por cambiar el mundo va a tener el reconocimiento del mayor grupo de interés en la historia de la humanidad, y no hay ninguna plataforma que ofrezca más información, más capitalizada y de más valor a ninguna compañía que CliiMate", aseguró.

Ahora mismo SAP CliiMate es un prototipo. La intención es que se anuncie en Davos en 2017 y que alcance los 10 millones de usuarios en 2018.

Para terminar, Carlos Díaz hizo un llamamiento a las empresas asistentes para participar en la fase de testeo de la plataforma. "Queremos probar con 20 empresas que crean que sus productos tienen cabida en CliiMate y, para ello, crearemos una comunidad inicial de 2.000 mates para empezar a alimentar el marketplace". Durante ese tiempo, las organizaciones no tendrán que pagar por los servicios de SAP CliiMate.





Cómo la tecnología SAP está ayudando a redefinir los procesos

Sergio García Desplat, Director de Tecnología e Innovación, centró su intervención en que en un mundo tan conectado como el actual, las organizaciones tienen que adaptar sus procesos a las nuevas formas de consumo de los clientes.

“Estamos hiperconectados, tenemos dispositivos móviles y la supercomputación nos permite trabajar con ellos en todo momento, de cualquier forma y en cualquier lugar. Las personas y las cosas nos hablan, nos dicen qué hacen y determinamos sus patrones de uso y consumo. Esta nueva realidad nos obliga a reformular los procesos porque hay oportunidades que queremos aprovechar”, señaló García Desplat.

Una vez que se redefinen los procesos, se abre la puerta a la identificación de nuevas maneras de hacer las cosas y a los factores que van a generar nuevas oportunidades de negocio. “Nos encontramos en un contexto en el que no sólo la experiencia del cliente y la omnicanalidad son importantes, sino también el ‘omniproseso’, la capacidad de responder a las promesas que hacemos como empresa, y eso requiere revisar los procesos y adaptarlos”, insistió.

En este sentido, para el directivo, el elemento fundamental en todo este cambio es la tecnología subyacente que ofrece esa capacidad para tomar las decisiones. Y, para ello, hay que lidiar con los obstáculos: por una parte, la complejidad de los entornos IT, que dificulta la integración, y por otra, la gestión del cambio, tanto interna (empleados) como externa (clientes) que es fundamental en este proceso.

CAAS: CORPORATION AS A STARTUP

“La clave del éxito es el CaaS: Corporation as a Startup. ¿Qué pasaría si fuéramos capaces de hiperpersonalizar los productos y pudiéramos responder al negocio con agilidad?, ¿y si además pudiéramos aprovechar ese crecimiento rápido del negocio?”, prosiguió.

En este caso, se necesitaría una infraestructura adecuada que nos permitiera trasladar rápidamente al mercado productos best-in-class. “Se trataría de lanzar lo que se llama Minimum Viable Products (MVP), que permiten recolectar la mayor cantidad de información de nuestros clientes con el menor esfuerzo posible y, tras probarlos, ver cuál de ellos funciona para, a partir de ahí, extenderlos”.

En este punto, dio ejemplos de empresas que están abriendo nuevos modelos de negocio a partir de las nuevas capacidades que ofrece la tecnología. Es lo que ha hecho, por ejemplo, del fabricante de palas extractoras y camiones Komatsu que, además de venderlos,

ahora también los ofrece como servicio: toneladas de materias primas transportadas.

Google se ha expandido a otros sectores. En este caso ejemplificó con la compra del proveedor de termostatos Next. “Google sabe qué consumimos, qué hacemos, qué compramos,... y ahora puede saber cómo consumimos energía, cuando estamos en casa, puede saber si tenemos una segunda residencia, etc. Y todo esto le sirve para convertirse en un intermediario de compra de energía de la misma forma que se hace en el mundo de los seguros”.

En el área de digitalización de productos y servicios explicó el caso de Heijmans, constructora holandés, que está imprimiendo por piezas el primer puente del mundo en Amsterdam. “Esto hace que lo construya mucho más rápido, que ahorre costes en las licencias y aumente la satisfacción de los ciudadanos al no entorpecer el tráfico”.

Otra organización que están cambiando sus modelos de negocio, basándose en CaaS, es el proveedor de ropa y calzado deportivo son Under Armour, que ha pasado de un modelo de aprovisionamiento en tienda, que antes se realizaba en función de previsiones de venta una vez a la semana, a disponer de una plataforma tecnológica que le permite hacerlo en tiempo real. Esto le ha supuesto 10 millones de dólares más de ingresos al año.

La ciudad de Buenos Aires se ha digitalizado, instalando 700 sensores de circulación de agua en las canalizaciones de la ciudad. De esta forma, pueden predecir cómo puede impactar una lluvia torrencial dentro de la ciudad, y puede realizar mantenimiento predictivo o correctivo, evitando que se repitan las muertes por inundaciones en la ciudad ocurridas en 2013.

Otro de los ejemplos fue Harley Davidson, que está ‘digitalizando’ las motos, permitiendo que los clientes las personalicen a través de su página web. Esto lo ha hecho a partir del concepto de Industria 4.0, que les permite fabricar la moto en sólo seis horas frente a los 21 días que tardaba anteriormente, optimizando la mano de obra necesaria en el proceso. “Ahora está pensando en cómo gestionar mejor su negocio de cara al futuro, en vivo y con agilidad”, añadió.

En todos estos proyectos ha participado SAP con su tecnología, que “es el mejor partner en este cambio”, concluyó.



La evolución de SAP en el área de Cloud

Pilar Martínez, Directora Cloud y LoB de SAP España, explicó cuál será la evolución de las soluciones Cloud de la compañía en las distintas áreas que cubre su oferta. “Las empresas se están moviendo de un modelo on-premise a Cloud. Esto se debe a que los costes son menores, la rapidez con que se da respuesta a las necesidades del negocio y su capacidad de conexión con clientes, empleados, proveedores y colaboradores”, sostuvo.

SAP dispone hoy de un portafolio de más de 40 soluciones en la nube, con oferta en todas las áreas clave y la directiva desglosará las novedades que incorporarán sus soluciones en las principales áreas de negocio: recursos humanos, compras y relación con el cliente.

Sobre SAP SuccessFactors, el software de gestión del capital humano (HCM, en sus siglas inglesas) que ya cuenta con más de 4.800 clientes a nivel mundial, la directiva avanzó “una nueva forma de trabajar en RR.HH. donde el desarrollo se inclina a facilitar más escenarios disponibles desde un entorno móvil”, con mejoras en los cuadros de mando, en la obtención de una visión de la situación de la compañía y la estrategia de recursos humanos, ayuda a las nuevas incorporaciones, la evaluación continua de los empleados, etc.

Como complemento para RR.HH., la solución incorporará en su nueva versión trimestral capacidades de análisis predictivo con SAP HANA como, por ejemplo, la evaluación predictiva en las diferentes etapas del ciclo del empleado. “Hablamos de una mayor facilidad a la hora de desplegar nuevas configuraciones, mayor usabilidad y accesibilidad desde cualquier dispositivo. Además, se podrán desarrollar extensiones específicas para cada empresa”, indicó.

SAP Ariba, la red de negocios de SAP en la nube o plataforma de compras en un entorno colaborativo, ya cuenta con más

de dos millones de empresas conectadas actualmente. Sobre ella, Pilar Martínez recordó que “ya está disponible en el móvil y permite realizar transacciones tanto desde el punto de vista del comprador como del proveedor”.

Entre sus novedades figuran aspectos como la gestión del riesgo de proveedores y una mejor experiencia de compra. Según la directiva, las empresas que utilizan esta red comercial están experimentando beneficios como el aumento del tamaño de los pedidos, mayores conversiones de venta, así como de tener unos costes más controlados, entre otros.

En el área del cliente, donde se enmarca la oferta de Customer Engagement & Commerce con soluciones como SAP Hybris, subrayó que “las organizaciones tienen que apostar por una nueva forma de hacer las cosas, mejorar la experiencia con clientes y proveedores, y proporcionar una experiencia omnicanal. Esto no es el futuro, es la realidad y ya está aquí”, afirmó.

Como resumió uno de los vídeos que mostró a lo largo de su intervención, las organizaciones se enfrentan al reto de conocer al cliente, sus comportamientos y establecer relaciones a largo plazo con ellos. En este sentido, explicó que “se trata de crear

confianza con el cliente y SAP Hybris combina una respuesta más rápida a través de la conectividad con nuestros clientes a través de la movilidad, las redes sociales o el canal que desee para comunicarse con la empresa”, concluyó.

Recursos Humanos, compras y relación con los clientes son tres aspectos clave para la transformación digital. La directiva centró su exposición en la evolución del portafolio Cloud de SAP en estas tres áreas.



La estrategia de SAP para la era digital

João Carvalho, Director de Soluciones y Desarrollo de Negocio de SAP España, revisó los retos y las oportunidades que trae consigo la transformación digital, y cómo la multinacional responde a las nuevas necesidades del mercado.

Los analistas sostienen que, de aquí a 2018, un tercio de las Top 20 compañías de cada sector van a ver amenazado su liderazgo con un nuevo competidor digital. “Si pienso en SAP, esto es una realidad, ya que en el mercado del software hay nuevos jugadores que están provocando una disrupción y, en vuestros sectores, esto también está ocurriendo o va a suceder”, explicó.

En opinión de João Carvalho, “no hay que quedarse en el susto porque, detrás de esta gran transformación, hay una gran oportunidad. La economía digital tiene un impacto en la economía global de 90 trillones de dólares, así que esa oportunidad es real y está aquí”.

Sin embargo, aprovechar las enormes posibilidades de la transformación digital obliga a las empresas a moverse en un nuevo escenario en el que “la velocidad de adopción de la tecnología es mucho mayor”, subrayó.

El nuevo contexto, como resumió el directivo de SAP, se caracteriza por que las demandas y las exigencias de los clientes y consumidores cambian, y cobran relevancia aspectos como “dar respuestas y tomar decisiones en tiempo real, la colaboración entre todo el ecosistema de una compañía y la forma de gestionar todo esto, teniendo en cuenta el dato. Y, por supuesto, la experiencia de usuario tiene que ser excelente. Las organizaciones tienen que superar estos desafíos y seguir siendo rentables”.

Para dar respuesta a estas cuestiones, SAP ha llevado a cabo una evolución sustancial de sus soluciones, bien por crecimiento orgánico o por adquisiciones. “Esto nos ha permitido llegar a una

oferta de ser socio real de las compañías para hacer el camino hacia la transformación digital”, prosiguió.

En este sentido, mencionó la aportación que supone la plataforma SAP HANA y la plataforma de gestión SAP S/4HANA, “la cuarta generación del ERP que sigue siendo el core funcional de toda la compañía, pero agregando otras funcionalidades al portfolio para conseguir esa respuesta en tiempo real que necesita el negocio para trabajar de una forma mucho más inteligente, y siempre manteniendo uno de los pilares de SAP, que es la integración”.

Carvalho mencionó también la reciente alianza de SAP con Apple, que aúna a “dos compañías líderes con la idea de crear aplicaciones de negocio móviles, de última generación y creando una experiencia de usuario absolutamente impactante”, explicó.

Además, comentó un piloto realizado con Uber y la plataforma de comercio de SAP para poner en marcha un servicio adicional de la tienda online, UberRUSH, que permite a las compañías realizar entregas en menos de una hora dentro de una ciudad. “Son ejemplos de cómo la innovación y cómo estas alianzas (además de la firmada con Apple, también se han alcanzado con IBM y Microsoft) con los líderes de la transformación digital, pueden permitirnos desarrollar nuevas soluciones y servicios”.

Y con este directivo también llegó una demo de realidad virtual para mostrar el modelo de realidad virtual de SAP, que puede aportar valor a los escenarios de trabajo corporativo. “Esto es real y va a acabar imponiéndose porque además el coste es muy bajo”, concluyó.



Luis Felipe Lanz



Alberto Muñoz



Noelia Soleres

Las últimas novedades de las soluciones SAP, de la mano de sus expertos

Como ya viene siendo habitual en nuestra cita anual, diferentes expertos de SAP ofrecieron ponencias sobre las novedades más recientes introducidas en las soluciones de la compañía. Las protagonistas de esta edición fueron SAP HANA Cloud Platform, SAP SuccessFactors y la plataforma de gestión SAP S/4HANA. Esta última, dado el interés que despierta la solución, se impartió los dos días de Fórum.

Las sesiones de producto estuvieron dedicadas a SAP HANA Cloud Platform, ponencia que impartió Luis Felipe Lanz, Arquitecto de Soluciones Digitales y SAP Mentor; SAP SuccessFactors, que corrió a cargo de Alberto Muñoz, Senior Solution Consultant, y Noelia Soleres, experta en Soluciones Tecnológicas.

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

Para SAP, SAP HANA Cloud Platform (HCP) es el puente entre la nube y los sistemas tradicionales, que abre nuevas oportunidades para las empresas. La plataforma en la nube no sólo permite explotar los datos como un activo, sino poder desplegar con rapidez las herramientas necesarias para la ejecución de las estrategias corporativas, con todo el potencial de SAP HANA.

En una exposición eminentemente técnica, Luis Felipe Lanz explicó que la plataforma permite a las empresas aprovechar las inversiones existentes y la interacción con los sistemas de backend tradicionales.

Fundamentalmente SAP HCP, como plataforma Cloud, permite aprovechar las capacidades empresariales que hoy necesitan las compañías (experiencia del usuario, Analítica, Internet de las Cosas, Colaboración e Integración), y todo ello de una forma muy rápida, ya que reduce los proyectos de años a meses y, además, da un acceso directo a los datos albergados en las aplicaciones empresariales.

Por su parte, Alberto Muñoz abordó el tema del liderazgo y el talento digital. Al igual que muchas otras áreas de la organización, los Departamentos de Recursos Humanos también necesitan evolucionar para adaptarse a la empresa digital, es decir, aprovechar al máximo los beneficios de la transformación digital para aumentar los beneficios, la productividad de la plantilla y su satisfacción.

En este campo la propuesta de SAP es SAP SuccessFactors que combina, según el especialista en esta área, los cinco habilitadores clave para hacer posible la transformación digital del área de RR.HH. y, de esta forma, poder alinear los objetivos de las empresa y de los empleados: analíticas, una experiencia de usuario atractiva y moderna, gran cantidad de contenidos y mejores prácticas configurados, tecnología de última generación y aplicaciones de Talent & Core HR.

Por último, Noelia Soleres profundizó en las novedades del nuevo sistema ERP de SAP, SAP S/4HANA, que se caracteriza, de forma muy resumida por su nuevo diseño, una arquitectura simplificada y sus capacidades de Smart Business, como la escalabilidad, automatización, cockpits en base a excepciones, analíticas integradas, y funcionalidades de simulación y predicción.

En su sesión también dio algunas recomendaciones sobre cómo las empresas deben analizar su actual escenario de negocio para planificar la transición más óptima a la nueva plataforma.



Internet of Things: News from the Edge

Bajo este sugerente título, el Director de Iniciativas Estratégicas de SAP DGTAL EMEA SUR, Marc Nolla, hizo un recorrido por la propuesta de la compañía en Internet de las Cosas. El trabajo con clientes estratégicos y partners ha dado lugar a una serie de experiencias reales y soluciones que tienen un gran impacto en los modelos de negocio.

SAP lleva años trabajando con clientes estratégicos para entender el valor que aporta Internet de las Cosas a los diferentes sectores e identificar el impacto de esta tecnología en sus modelos de negocio. “IoT no fue siempre tan obvio. Hace cuatro años, éramos capaces de injerir grandes volúmenes de datos, procesarlos, geolocalizarlos, pero internamente nos preguntábamos por qué y para qué podría interesar a una empresa”.

Hoy la firma dispone de un buen número de soluciones de IoT sobre su plataforma, basados en casos de éxito de clientes.

Éste es el caso del Digital Farming, que surge a raíz de iniciativas de innovación con clients como John Deere, fabricante de maquinaria agrícola. A través de esta plataforma, las compañías captan información de los tractores, ya sea sobre la propia máquina como de la explotación agrícola que la está utilizando, y “se le dota de inteligencia. Esto cambia el escenario de competencia en este sector; ya no se trata sólo de calidad, precio y potencia, sino de ofrecer servicios adicionales de valor”, explicó.

Estas soluciones de “agribusiness” también la están utilizando empresas como Krone o Stara. “Son proyectos que están consolidando la transformación de este sector”, señaló el directivo.

También ha surgido de esta manera es SAP Predictive Maintenance and Service, solución de mantenimiento predictivo, que es una de las soluciones con más éxito en IoT “porque consigue

un retorno de inversión más rápido, más claro y más fácil de entender por nuestros clientes”, indicó.

Está siendo utilizada por Trenitalia, que ha conectado 2.000 trenes de alta velocidad mediante 6 millones de sensores, que envían información del estado de cada uno de ellos en tiempo real. La iniciativa ha permitido a la compañía ahorrar un 8-10% de su inversión anual en mantenimiento, una cifra importante ya que el gasto ascendía a 1.300 millones de euros.

La solución SAP Connected Logistics también nace de la experiencia real en un cliente. Según explicó, “SAP, T-Systems y Deutsche Telecom ayudamos a sensorizar 10.000 camiones que circulan diariamente por el puerto de Hamburgo, que ha logrado aumentar su volumen de negocio y operación, sin aumentar su espacio físico”.

Esta solución puede ser utilizada por cualquier operador logístico en distintos sectores.

Ciudades como Tokio o Nankín (en China) son también usuarias de la tecnología IoT. La primera experiencia fue en Tokio en 2010 donde se conectaron 8.000 taxis. Hoy en día Nanjing ha conectado toda su red de transporte público para optimizar el tráfico. Fruto de las colaboraciones con estas ciudades y de otras como la ciudad alemana de Darmstadt, está disponible SAP Vehicle Insights, una solución que “permite capturar los da-

Marc Nolla
 Director Iniciativas Estratégicas
 SAP DGTAL EMEA South

AUSAPE

tos de un vehículo conectado y analizarlos con criterios de negocio. Es aplicable en áreas como la gestión de flotas, logística, etc.”, continuó.

Pero esta plataforma no sólo aporta como valor el seguimiento de la conducción, “hay un modelo de negocio detrás, el conductor es un consumidor que se mueve en un espacio físico, se puede geolocalizar, y los distintos proveedores pueden ofrecerle sus servicios. Ejemplos de ello, es que en Estados Unidos, a través de Samsung Pay, ya se comercializan 85.000 plazas de aparcamiento en 600 ciudades o 20.000 gasolineras ya permiten el pago desde el vehículo o el dispositivo móvil. “Samsung, Seat y SAP están colaborando para lanzar la plataforma en España”, apostilló.

Por último, mencionó la solución SAP Connected Manufacturing, implantada en Harley Davidson que le ha permitido reducir los tiempos y el coste de fabricación de sus motos, planificando y optimizando la producción al ligarla con criterios de negocio.

Todas estas soluciones, basadas en SAP HANA Cloud Platform, se pueden consumir on-premise o en modalidad Cloud.

ACUERDOS CON PARTNERS

Otra parte importante de su estrategia en Internet de las Cosas son los acuerdos estratégicos con partners. En este ámbito aludió a los firmados con OSIsoft para el mercado de Utilities; Philips en Smart cities o Siemens en Industria.

En el primer caso, la solución OSIsoft PI System se integra con SAP HANA para analizar la información de los sensores de una red energética, unirla con los datos de negocio, y analizarla en tiempo real.

En el segundo, Philips ha provisto a la ciudad de Buenos Aires de un sistema de alumbrado inteligente y eficiencia energética basada en luces LED. “Éstas transmiten la información a SAP HANA Cloud Platform para realizar un mantenimiento predictivo. De ahí nace la solución City Touch, que ya viene preconfigurada con conexión a SAP HPC”, prosiguió.

En el apartado de Industria, Siemens ha lanzado MindSphere, una Industry Cloud, con todos sus componentes conectados por defecto a SAP HCP, dando al cliente la capacidad de decidir si quiere conectarse a IoT, desplegar servicios o crear otros adicionales para sus clientes finales.

“Espero que el próximo acuerdo estratégico de servicios IoT se firme con alguna empresa o partner de esta sala”, añadió el directivo.

Y es que la compañía ha desarrollado SAP Asset intelligence Network, una plataforma preconfigurada para que cualquier fabricante, operador o empresa que preste servicios sobre infraestructuras complejas, pueda ofrecer en torno a ellas o sus productos servicios adicionales, como mantenimiento, formación, realidad aumentada, etc. Esto es posible porque “una vez que estén conectados a Internet, se crea lo que se llama el ‘gemelo digital’, una representación del producto en el mundo virtual. Va a ser la base de muchos nuevos modelos de negocio”, sostuvo.

PLATAFORMA TECNOLÓGICA

La tercera pieza de la estrategia de SAP en IoT es “ofrecer la plataforma tecnológica para que nuestros partners y clientes desarrollen sus propios productos y modelos de negocio”.

Ésta se materializa en SAP HANA IoT Foundation, que facilita la gestión de los dispositivos, la integración con todos los motores estándar y el despliegue de los procesos de negocio, así como su integración con las áreas y soluciones existentes de la empresa.

EL FUTURO DE IOT

Respecto a lo que veremos en el futuro en Internet de las Cosas y el que ya están trabajando diferentes equipos de innovación de la compañía, Marc Nolla se mostró convencido de que “una de las cosas que transformará IoT será el machine learning. No sólo interactuaremos y captaremos información de un activo, sino que éste aprenderá y tomará sus decisiones de negocio. Esto permitirá crear nuevos modelos de negocio”.

En su opinión, también tendrá un gran impacto blockchain, la tecnología que permite validar una transacción realizada con bitcoins y que ya se utiliza en entornos bancarios para pagos internacionales. “Transformará los modelos contractuales en diferentes sectores mediante la aplicación de IoT en lo que se denomina ‘smart contracts’. Ahora mismo, cuando se cierra un contrato, éste queda como documento legal; con los ‘smart contracts’, este acuerdo contractual se convierte en software que se ejecuta y valida todos cada uno de los pasos y sus implicaciones financieras, agilizando la interacción entre personas y empresas, y facilitando los pagos sin aduanas ni terceros”, concluyó.

Sesiones paralelas:

Más de 20 casos de éxito expuestos en esta edición

Los casos de uso de las soluciones de SAP contados conjuntamente por los clientes y sus partners volvieron a ser protagonistas de la cita tecnológica de AUSAPE. Casi todas las presentaciones están ya disponibles en el minisite del Fórum, en el apartado Comunicación de la web.



Grupo CHEMO, con actividad en las áreas industrial, de Marca y Biotech, cuenta con más de 5.000 profesionales en más de 40 países, 11 Plantas, 9 Centros de I + D, 12 oficinas comerciales y más de 35 farmacéuticas afiliadas, que distribuyen a unos 1.150 clientes en 96 países.

Con Birchman como partner, la compañía ha implementado SAP SuccessFactors como palanca de su transformación, mejorando tanto los procesos de atracción y selección (Battle for Talent), como los procesos de desarrollo, fidelización y gestión del talento.



El sector sanitario se enfrenta a retos como reducir los elevados costes, disponer de herramientas para la gestión de grandes volúmenes de datos y el número creciente de dispositivos y de plataformas de integración.

Clínica CEMTRO, Hospital General especializado en cirugía y traumatología deportiva y centro de referencia para deportistas de élite de toda España, confió en COMMON MS y, además de implantar soluciones SAP, han puesto en marcha una nueva plataforma denominada ECH (Electronic Clinical on HANA) que facilita al hospital la incorporación de las últimas tecnologías en el tratamiento del paciente y en la gestión del expediente electrónico y las tareas de enfermería.



El Departamento de Sistemas de Redexis Gas, una de las principales compañías dedicadas al desarrollo y operación de infraestructuras de transporte y distribución de gas natural en España, impulsó y lideró un proyecto de implantación en SAP de una solución integral para la gestión del ciclo de vida de su red de transporte y distribución de gas.

Con este proyecto, la compañía ha logrado una mayor agilidad, calidad y control en el despliegue de la red, mejorando la eficiencia del proceso de construcción y seguimiento presupuestario y, además, dispone de información en detalle de cada elemento de la red, lo que proporciona un control total sobre la misma, garantiza su fiabilidad e incrementa la eficiencia y calidad de su operación.



La legislación actual permite sustituir completamente el papel por documentos electrónicos, y la versatilidad de tecnologías y plataformas para la generación de firmas electrónicas, que aportan validez jurídica a los documentos electrónicos, es amplia y cada vez más sólida.

ACCIONA ha seleccionado para la firma de contratos laborales una doble tecnología de firma electrónica. Los responsables laborales firman los contratos mediante certificados digitales almacenados de forma segura en equipos HSM y los trabajadores lo hacen mediante firma biométrica generada en tablets.

La generación de contratos desde SAP se ha integrado con las soluciones de firma electrónica y firma biométrica permitiendo gestionar desde SAP todo el flujo de gestión electrónica de los contratos laborales, así como de otros documentos del ámbito laboral.



La adquisición de BEFESA a Grupo Abengoa por parte del fondo Triton Partners, supuso para la multinacional especializada en gestión de residuos industriales un importante reto tecnológico: hacerse cargo de su plataforma tecnológica, que incluía sistemas críticos SAP. Lo consiguió en un tiempo récord con Fujitsu como partner, optando por su servicio de Cloud Privada gestionado en modelo de pago por uso, Cloud4SAP, que incluye los servicios de data center, service desk y gestión SAP.



Cepsa migró todos los sistemas de producción, financieros y gestión de clientes basados en SAP a la BD HANA, para lo que necesitaba disponer de una infraestructura robusta. Huawei aportó como solución dos servidores de 6TB y uno de 1TB, 2 cabinas de almacenamiento y Switching de CPD, que es la mayor infraestructura para SAP HANA en España y la mayor de la industria petrolera en Europa.

Cepsa ahora se beneficia de una administración y gestión simplificada de los sistemas, una drástica reducción de los tiempos de consolidación de los resultados financieros y logísticos de la empresa, así como de la escalabilidad de la memoria. La instalación y migración del sistema se realizó en tiempo record.



Calidad Pascual ha realizado un importante esfuerzo para garantizar la excelencia de sus productos, para lo que ha puesto en marcha procesos de certificación en sistemas de gestión: calidad, medio ambiente, prevención de riesgos laborales, el certificado de Empresa Familiarmente Responsable, las políticas de seguridad alimentaria, junto a la implantación de herramientas de calidad total en fábricas (5S). Además, forma el trabajo en equipo y una intensa actividad formativa.

i3S, VAR Gold de SAP, analizó cada una de las necesidades que tenía la compañía y entendió que parte de la solución a estos requerimientos pasaban por modificar parte de la parametrización, hacer varios informes y realizar una buena gestión del cambio unificando los lenguajes SAP EHS y PRL.



Ilunion contó su experiencia de migración de sus plataformas de Ceosa y Fundosa a SAP Business Suite, y SAP BW, SAP BPC, SAP GRC SAP PI y SolMan a SAP HANA.

Al hilo de este proyecto, Ibermática expuso los beneficios de uso de su metodología "R/Thinking: The Road to HANA". Esta hoja de ruta hacia SAP HANA es fruto de la estrecha colaboración con SAP y de la factorización de los procesos de migración a SoH y de conversión a SAP S/4HANA, minimizando riesgos, optimizando el valor añadido de las suites de SAP, BW, BPC o SolMan en plataforma SAP HANA, además de reducir los costes y el TCO con sus servicios Hosting/Cloud HANA.



Celsa Group ha afrontado en los últimos cinco años, un proyecto de desarrollo del Talento para todo su perímetro internacional, que cubre la gestión de sus trabajadores en ocho países.

Con la implantación en 2015 de diferentes módulos de SAP SuccessFactors (JAM, Learning Management System, Evaluación de Competencias, Planes de Desarrollo y Job Builder Profile), ha conseguido mejorar la comunicación interna y el intercambio de conocimiento (social learning), además de agilizar el proceso de toma de decisiones. Ha obtenido también ventajas

en la gestión de la formación, ha estandarizado la definición de puestos de trabajo y la evaluación de competencias y, además, ha optimizado los procesos de Evaluación, Seguimiento y la Mejora del Desempeño.



Con itelligence, Apli ha implantado en España con éxito el primer almacén automático íntegramente gestionado con SAP EWM.

La implementación de la solución en la empresa fabricación de etiquetas y artículos de papelería le ha permitido rediseñar los procesos de entrada de materia prima, los procesos de almacenaje y de expedición. Además, ha podido integrar toda la logística entre SAP y los sistemas SGA. Para itelligence, la particularidad de esta implantación es precisamente esta integración nativa entre SAP EWM y los dispositivos de almacén automáticos.



BSH Electrodomésticos España y Ferrocarrils Generalitat Valenciana (FGV) son dos empresas muy diferentes que han movilizado sus procesos SAP, de forma ágil, rápida y con fiabilidad, utilizando "The Cloud for field operations" para SAP.

La primera ha implantado la automatización en la recepción de mercancías mediante arcos de RFID y terminales móviles y de carretilla. La segunda utiliza Movilizer para la inspección de sus activos y para la creación de avisos de mantenimiento en SAP PM desde cualquier lugar y con cualquier dispositivo móvil, incluso estando sin cobertura en el momento de la creación.



OpenText presentó el caso de Cepsa como ejemplo del camino a emprender y los obstáculos a superar a la hora de abordar la transformación digital. En Cepsa, el volumen de papel y datos manejados necesitaba un control que permitiera afrontar un proyecto de futuro con comodidad, liberándose de las cargas asociadas y garantizando el acceso a dichos datos y documentación.



Con su partner SCL Consulting, BeamSuntore llevó a cabo el “Proyecto Ulysses”, sin impacto en el modelo de negocio, cuyos procesos no han sufrido ningún cambio significativo. Uno de los grandes éxitos ha sido la Sistematización y Automatización del Reporte de la Cadena de Suministro, tanto operativa como analíticamente, que ha proporcionado una visión global y homogénea de toda la compañía.

Esto ha sido posible gracias a la capacidad de SAP HANA Cloud Platform para gestionar en tiempo real grandes volúmenes de datos.



Esta firma ha optado por el outsourcing proporcionado por Semantic Systems para mejorar la disponibilidad, estabilidad y rendimiento a su plataforma SAP, permitiendo dedicar los recursos TI internos a la mejora de los procesos de nuestra empresa y a acometer roll-outs de SAP en sus filiales por todo el mundo.

Esta iniciativa le ha reportado un ahorro de costes, acceso a un equipo multidisciplinar, mejoras en la gestión TI, profesionales de data center, agilidad en las mejoras y evoluciones de los sistemas, un servicio 24x7, etc.



Gamesa confió en la solución SuccessFactors para la gestión del talento a nivel global y contó con la colaboración de Stratesys para realizar la implantación. El objetivo que ha perseguido Gamesa con la ejecución de este proyecto es la unificación y estandarización de todos los procesos de gestión del talento de la compañía, con presencia en 55 países y más de 7.000 empleados. Para Gamesa, la clave era la adopción de una solución que no sólo permitiera simplificar y homogeneizar los procesos, sino que además favoreciera la implicación de todos los actores de la organización por su facilidad de uso.



Uno de los principales retos de las empresas es administrar y editar los documentos fácilmente sus spools SAP, reduciendo así los costes de desarrollo ABAP y los tiempos de respuesta a las necesidades de nuestros clientes.

Campofrío ha implementado la Compleo Suite de Symtrax, un sistema de Output Management certificado por SAP, que permite crear, modificar, diseñar, distribuir e imprimir fácilmente los documentos. Éstos son más atractivos y profesionales, con la posibilidad de insertar códigos de barras, imágenes, etc.



La compañía de diagnósticos in vitro WerfenLife, con presencia en los cinco continentes, ha implantado sobre SAP Fiori su solución CRM, permitiendo acceder desde múltiples dispositivos a la información residente en SAP.

La solución ofrece principalmente las funcionalidades de gestión de clientes, mapeo del mercado, gestión de contactos, gestión de oportunidades, agenda comercial, estadísticas de ventas y dashboards. Transcurridos seis meses desde el arranque de la solución en el primer país, los beneficios obtenidos son un incremento de la frecuencia de actualización de datos en CRM, de semanal a inmediato; un uso intensivo del CRM como herramienta comercial, llamadas, envío de emails, etc..., y una mejora en el seguimiento de las oportunidades de negocio.



La movilización de la fuerza de ventas es hoy una prioridad. HEINEKEN España ha confiado su proyecto de reingeniería de flujos de aprobación a Tecnom, que ha llevado a cabo una labor de consultoría y ha desarrollado e implementado una solución a medida combinada con soluciones estándares.

La adopción del framework SAPUI5 para la interfaz gráfica por sus características de solución simple y multidispositivo ha garantizado la

calidad del producto final, mientras que el middleware utilizado (SAP Gateway) ha permitido conectar al usuario directamente con el ERP corporativo.

El desarrollo online se ha complementado con la plataforma SUP para dar solución a los escenarios en sincronización offline y con SAP Mobile Documents para tener acceso CMIS a la gestión documental.



PortAventura está realizando un proyecto de migración de su base de datos a SAP HANA para unificar todas sus fuentes en un mismo código y conseguir una mayor eficiencia en los procesos internos de negocio simplificando su entorno tecnológico.

Para conseguirlo, el parque temático ha optado por un proyecto de migración de datos con la técnica 'shadow instance' para

maximizar los procesos en paralelo a la vez que se reducen los tiempos de cortes.

Con la migración, PortAventura reducirá los costes fijos e improductivos que ralentizan la flexibilización de su oferta y agilizará procesos internos que impiden una rápida respuesta a las nuevas necesidades del negocio.



Hotelbeds es una empresa de turismo global que, dentro de sus proyectos de roll-out de SAP HCM gestionados desde su sede en España, ha implementado HR Renewal como nueva interfaz de usuario para gestionar el capital humano desde un único punto de acceso.

El uso de la solución le ha permitido automatizar procesos y, por tanto, mejorar la eficiencia.

Cuatro clientes de Seidor exponen sus casos de éxito



ACCIONA

Con la exposición de la implantación de SAP Business One (SAP SB1) en Acciona como solución para mejorar su competitividad, Seidor quiso demostrar que ésta no sólo es utilizada por 38.000 pymes en el mundo, sino que las grandes corporaciones también la utilizan.

Al igual que Acciona, muchas multinacionales están eligiendo SAP para gestionar sus filiales en el extranjero o pequeñas divisiones.

CUATRECASAS

Los usuarios de negocio necesitan información que apoye los procesos de toma de decisiones, y que ésta se distribuya de forma inteligente para evitar dificultades a la hora de acceder a la información que les interesa.

Cuatrecasas Gonçalves Pereira implantó, de la mano de Seidor, una solución que permite distribuir la información necesaria por correo electrónico, de una manera personalizada y gestionada por el propio usuario. Con SAP BusinessObjects el

reporting corporativo e indicadores KPI se ponen a disposición de los usuarios, y éstos, pueden gestionar sus suscripciones, los filtros aplicados y la cadencia de los envíos a través de aplicación web.

GRUPO EFE

Disponer de una estrategia omnicanal era fundamental para Grupo EFE, uno de los grupos empresariales más importantes de Perú. Para ello, ha llevado a cabo un proyecto con Seidor, que forma parte de su estrategia de transformación digital.

Grupo EFE ha apostado por la plataforma SAP Hybris para mejorar, mediante una estrategia omnicanal, la relación con sus clientes. El equipo de Seidor utilizó una metodología ágil de implantación en este proyecto.

URIACH

También confió en Seidor la compañía farmacéutica Uriach para el despliegue de la solución SAP SuccessFactors como herramienta para acompañar su proyecto de implantar una cultura del feedback en el ADN de todos sus colaboradores.



Sesiones demo, una novedad de la XII edición

Un total de 11 partners realizaron 16 demostraciones de soluciones tecnológicas para mostrar a los asistentes sus funcionalidades en la práctica. Como se verá en el apartado de sugerencias, esta iniciativa ha tenido una excelente acogida por parte de los asistentes, que indican la conveniencia de incluir más sesiones de este tipo en las próximas ediciones.

SAP HANA, SAP S/4HANA, soluciones de movilidad y de compras, así como las orientadas Recursos Humanos e Industria 4.0, acapararon el protagonismo de estas primeras sesiones demo que han tenido lugar en Fórum AUSAPE.

En esta nueva iniciativa participaron 11 partners: Common, i3S, Integra, Ibermática, Movilizer, Techedge, Tecnocom, Semantic

Systems, Stratesys y UST Global. Mención especial merece Seidor, que realizó cuatro sesiones diferentes.

En el mini-site del Fórum, accesible desde el apartado Comunicación de la web, todos los interesados pueden acceder a cada una de las temáticas expuestas por estas empresas.

DEMO	PARTNER	DEMO	PARTNER
Industria 4.0		SAP Hybris Cloud for Customer	
Embedded sobre HANA		Como Optimizar el desarrollo de aplicaciones móviles en UI5	
Roadmap to SAP S/4HANA		SuccessFactors Recruiting Management	
Movilización de compras estratégicas en el entorno digital con Ariba		Industria 4.0	
Compensación y Selección con SuccessFactors		Seidor Labs: Internet of Things end-to-end	
Repson Pricing & Quoting		SuccessFactors - Employee Engagement	
Industria 4.0		SAP Workforce Performance Builder (WPB)	
Soluciones UX. Fioriza tu Compañía		SAP Business ByDesign: Cloud-based ERP para PYMES	

Los asistentes opinan sobre Fórum AUSAPE



ALBERTO RENEDO Y JOSÉ MARÍA CARRELLÁN
HANSE ORGA

“Es un evento muy bien organizado, se nota la experiencia de la organización a la hora de abordar este tipo de eventos. En cuanto a las conferencias, se han tratado temas actuales y muy relevantes tanto para clientes como partners”.

“Un evento como éste te da la oportunidad de conocer lo que están haciendo otros socios de SAP y de ampliar tu visión, además de la posibilidad de establecer sinergias con otras consultoras para ofrecer un servicio global a los clientes”.

SERGIO RUBIO
CECOFAR

“Es un evento que ha cumplido mis expectativas. Destaco la buena organización y el acierto de los temas elegidos para las sesiones plenarias. Respecto a las paralelas, han abordado una amplia variedad de experiencias prácticas. Están todos los partners que tienen que estar y es una gran oportunidad de conocer a colegas de profesión y aprender cosas”.



FRANCISCO JOSÉ SÁNCHEZ
COFARTE

“Éste es el segundo año consecutivo que asisto. Esta edición me ha gustado, sobre todo las sesiones de Alicia Asín y Carlos Díaz. También he estado en varias sesiones paralelas interesantes. Si tengo que poner algún pero, es que a veces hay demasiadas sesiones simultáneas y no puedes acudir a todo. La organización, perfecta”.



JAIME PUIGSERVER
CAMPER

“Es la primera vez que asisto al Fórum y las ponencias me han parecido muy interesantes, aunque obviamente no se pueden cubrir todas y hay que decidir a cuál asistir. Además, haces contactos e intercambias opiniones con otros clientes. Es un evento muy bien organizado. Repetiría”.



MARIBEL ZUDAIRE
FAGOR
AUTOMATION

“Estuve asociada a AUSAPE en los primeros años de la asociación, y me ha sorprendido su crecimiento. He visto un evento de un gran nivel y muy bien organizado”.

Conclusiones de los cuestionarios de satisfacción de Fórum AUSAPE 2016

Los asistentes ponen nota al evento

Al final del evento, 468 asistentes entregaron a la organización sus formularios de satisfacción, que sirven tanto para valorar y poner nota al evento, como para introducir mejoras en las siguientes convocatorias. Una vez consolidados los datos, la Vicepresidenta Mónica García Ingelmo, que también es su responsable de eventos, nos acerca el análisis y las conclusiones que extrae la Asociación.

El Fórum es un evento consolidado. Es algo que venimos diciendo desde AUSAPE desde hace años y así lo constata el hecho de que haya evolucionado positivamente en las diferentes métricas. Los resultados finales fijan la asistencia a esta edición en 696 asistentes, una cifra que supone un crecimiento de doble dígito (11 por ciento). Con este dato en la mano, se confirma un nuevo récord histórico, que pone de relieve que Fórum AUSAPE es el mayor punto de encuentro independiente dentro del ecosistema SAP.

Además, se percibe un alto grado de compromiso de los Asociados con el evento. El ratio de fidelidad inscripción/asistencia ha vuelto a ser muy elevado, situándose en el 94,5 por ciento, es decir, sobre los 737 inscritos, finalmente han asistido 696 profesionales.

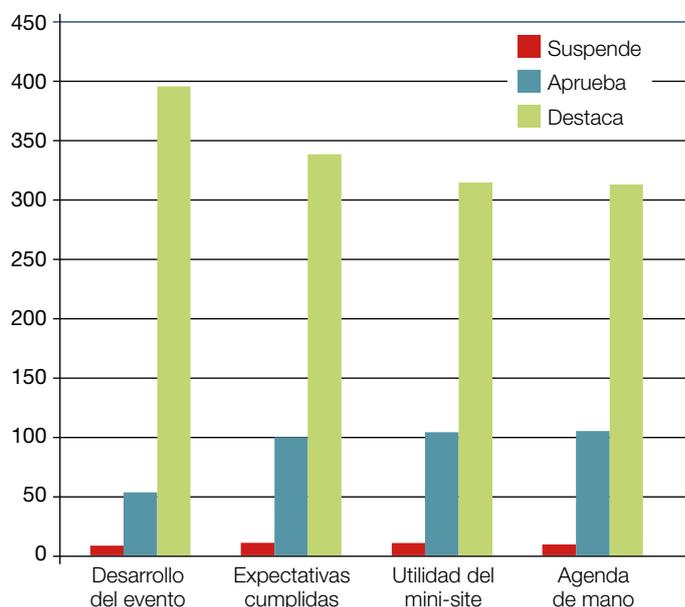
También han asistido un mayor número de empresas. En total, se inscribieron 268 compañías frente a las 236 de la edición de 2015 y, de ellas, 51 eran Asociados Especiales. Tras cruzar los datos, la asistencia cliente vs partner de esta edición se sitúa en 4,2 empresas-cliente (de SAP) por cada empresa-partner y 2 asistentes cliente por cada asistente partner.

Además, esta convocatoria ha tenido un amplio respaldo. La decimosegunda edición ha contado, como la pasada, con un amplio respaldo y apoyo por parte de nuestros Asociados Especiales, ya que han patrocinado el evento un total de 44.

Tras los primeros análisis económicos, a falta de contabilizar los últimos ingresos y gastos, el Fórum se ha desarrollado dentro del presupuesto asignado a pesar de haber ampliado la subvención destinada a abaratar los precios para los asistentes de empresas asociadas de Pleno derecho y clientes SAP no asociados, y tras haber superado las previsiones de asistencia.

Estas cifras son nuevamente históricas, tanto de inscripción como de asistencia, e incluso en el número de formularios de valoración entregados. Y no era fácil igualar ni superar los logros

VALORACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN



alcanzados en 2015, si bien la celebración en el Palacio de Congresos de Zaragoza por tercer año consecutivo, nos aportaba un alto nivel de confianza por sus instalaciones, la calidad del servicio y la facilidad de acceso desde ciudades como Barcelona, Bilbao, Madrid y Valencia.

Si bien Cataluña Y Madrid continúan aportando más del 70 por ciento de los asistentes, el resto de regiones han aumentado su participación. Ésta es otra métrica con la que estamos satisfechos, porque refuerza y amplía la base y capilaridad del evento y de la propia Asociación.



VALORACIÓN DE LOS ASISTENTES

La organización ha recibido 468 formularios de valoración, 346 de ellos con comentarios escritos de puño y letra, lo que demuestra las ganas de participar y colaborar en la mejora continua del evento.

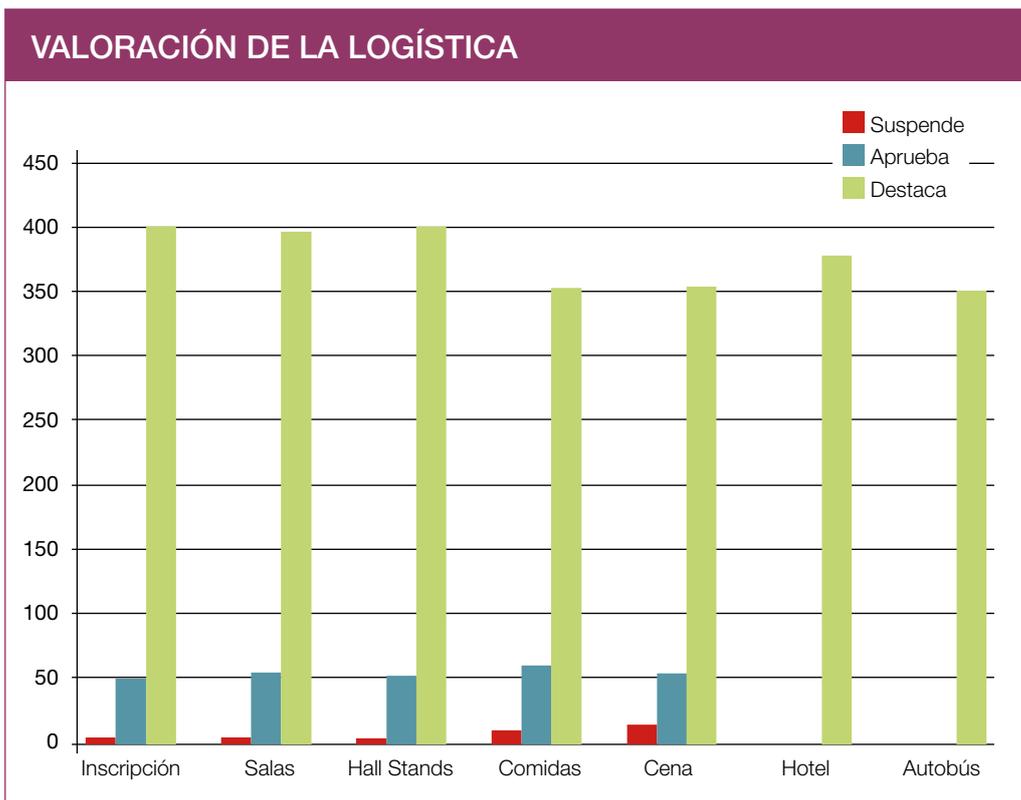
Los participantes tuvieron que evaluar los aspectos organizativos, así como el nivel de las ponencias. En lo que se refiere al primer punto, como se observa en el gráfico, las valoraciones conceden a la organización y logística del evento las puntuaciones más altas superando de media el 85 por ciento de sobresalientes.

En este apartado destacan algunos comentarios de felicitación recibidos en cuanto a la organización y logística del evento, las instalaciones de Palacio de Congresos de Zaragoza, y la calidad de la comida y del catering. Asimismo, hemos vuelto a recibir comentarios con referencias explícitas a la profesionalidad de los proveedores que han participado en el evento (azafatas, personal de servicio, Palacio de Congresos, etc.).

Y, nuevamente también el 98,9 por ciento de los asistentes asegura que volverá a asistir y/o que recomendará la asistencia al Fórum AUSAPE 2017.

Por lo que respecta a los contenidos de la agenda, tuvieron que poner nota a 5 sesiones magistrales o plenarias, 24 casos

de éxito de implantaciones expuestas por los propios clientes conjuntamente con sus socios de tecnología, a 4 sesiones paralelas de expertos SAP y a 16 sesiones de demo. En este punto, de acuerdo con las cifras facilitadas por las tarjetas de identificación con tecnología NFC leídas desde móviles Android, hay que destacar el lleno completo de las sesión de inauguración y la ponencias plenarias de los dos días, con asistencias de 600 personas en la magistral de Vicente Fox y con una media de 400 personas en el resto.



PONENCIAS MEJOR VALORADAS

PARTNER	DESCRIPCIÓN	NOTA
MAGISTRAL	La Sociedad y el nuevo Paradigma Tecnológico	3,90
SAP	SAP S/4HANA: actualización y novedades	3,89
SEIDOR	CUATRECASAS - Analytics	3,88
SAP	SAP S/4HANA: actualización y novedades	3,86
FUJITSU	BEFESA - HADOOP AS A SERVICE	3,83
SAP	SAP- Internet of Things: News from the Edge	3,82
SAP	SAP HANA Cloud Platform	3,82
UST Global	HOTELBEDS - Recursos Humanos	3,81
TECHEDGE	WerfenLife - SAP Fiori a medida	3,81
SEIDOR	URIACH - SAP SuccessFactors	3,81
IBERMATICA	ILUNION - R/Thinking: Road to HANA	3,79
LIBELIUM	Internet of Things (IoT) - Alicia Asín	3,79

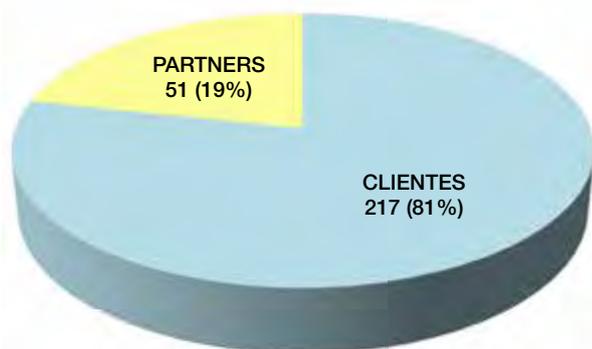
Todas las ponencias han sido valoradas positivamente, con una igualdad muy grande lo que sitúa el TOP 12 de este año con una diferencia de 11 centésimas entre la primera y la última.

En cuanto a ubicación del próximo Fórum, el recuento muestra las siguientes propuestas, con dos ciudades que destacan respecto al resto:

- 62 sugieren repetir Zaragoza
- 39 Sevilla
- 34 Barcelona
- 32 Valencia
- 30 Madrid

Hemos recibido más comentarios, a los que damos respuesta en la página siguiente. Por nuestra parte, os confirmamos que la próxima edición del Fórum AUSAPE, que tendrá lugar en 2017, inicia ahora su andadura y preparación, y estamos seguros de que estaréis presente.

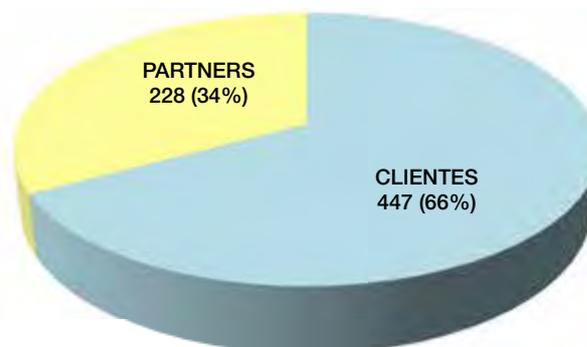
RELACIÓN DE ASISTENCIA POR EMPRESA



4,1 Empresas Cliente
por cada Empresa Partner

RELACIÓN DE ASISTENCIA POR INDIVIDUO

2 Asistentes Cliente
por cada Asistente Partner



¡Muchas gracias!

Desde AUSAPE estamos satisfechos con los resultados de esta XII edición del Fórum. Ha sido una edición en la que se han superado las expectativas de asistencia, se ha elevado la cifra de participación en las sesiones y, además, el evento ha conseguido muy buenas valoraciones. Y este logro es de todos, por lo que llega el momento de agradecer a todos vuestra asistencia, incluso a los que las circunstancias les han impedido estar con nosotros pero que nos han acompañado con su interés en que se celebre.

Los datos de asistencia que os hemos mostrado, adquieren especial relevancia cuando se tiene en cuenta que en un entorno económico que todavía no es todo lo positivo que debería, los asistentes han abonado una cuota de inscripción y,

en muchos casos, el importe del transporte para poder asistir al evento.

Otro ratio que sobresale y que muestra la elevada fidelidad de nuestros Asociados es el de inscripción/asistencia. Para nosotros es un orgullo porque supera con creces el nivel registrado por cualquier empresa organizadora de un evento, pero también -más importante aún- pone sobre la mesa el gran compromiso de los Asociados con el evento.

La capacidad de convocatoria de AUSAPE y la fidelidad de nuestros Asociados hacen posible que el Fórum sea ya un evento tecnológico de referencia en España.

Por todo ello, sólo podemos decir **GRACIAS**.



Resumen de críticas, comentarios y sugerencias obtenidos de las encuestas de satisfacción

Como comentábamos en las páginas anteriores, 468 de los 696 asistentes al Fórum rellenaron los cuestionarios de satisfacción, una herramienta muy válida para tomar el pulso al evento e identificar puntos de mejora. De esos formularios, 346 incluían comentarios a mano, y todos ellos se valoran para que la próxima convocatoria siga cumpliendo las expectativas que todos ponemos en ella. Éstas son las principales conclusiones.

Desde AUSAPE queremos agradecer el esfuerzo de todos los asistentes que, además de aportarnos su opinión del Fórum, han escrito de puño y letra observaciones que contribuyen a ampliar la visión que se nos traslada y que interpretamos es fruto del interés en que el evento siga mejorando en próximas convocatorias.

Hemos recogido y agrupado todas vuestras críticas (constructivas) y sugerencias, y a continuación os las detallamos. Todas ellas son bien recibidas y serán tenidas en cuenta a la hora de organizar la próxima edición de Fórum AUSAPE, la de 2017, si bien tenemos que informar que la crítica más reiterada suma sólo 30 comentarios.

CRÍTICAS

Logística

- Mejor control de tiempos. Impedir el acceso a las sesiones una vez iniciadas las mismas. Salas muy saturadas de asistentes, ambiente cargado.
- Retrasos de los autobuses.

Instalaciones

- Mejorar la visibilidad en las mismas. Identificación más clara de las salas y lavabos.

Sesiones

- Eliminar las presentaciones de empresa de Partners y/o del Cliente de las exposiciones.
- Mejorar el contenido y las presentaciones de las ponencias.
- Evitar que las temáticas presentadas se repitan.

- Presentar casos prácticos y no solamente casos de éxito sobre nuevos productos SAP.
- Más sesiones demo.

COMENTARIOS

- Más presencia de Sector Público.
- Mesas de Demo: iniciativa muy útil. Potenciarla y facilitar el proceso de inscripción a la consulta.
- Agenda de mano muy útil, pero mejor en app.

SUGERENCIAS

La encuesta de este año incluía también un apartado de preguntas sobre cómo mejorar la labor que desempeñan los Grupos de Trabajo y el soporte que ofrece la Oficina AUSAPE y la propia Asociación.

En este bloque de preguntas, hemos recibido las siguientes sugerencias:

- Incrementar las sesiones presenciales y online.
- Promover mesas redondas de clientes y con expertos.
- Mejorar la comunicación y fomentar la participación en las actividades de Delegación Internacional.
- Potenciar el uso de los foros online.
- Grupos de Trabajo nuevos para SAP HANA, SAP Business One, Licenciamiento y Audits.
- Ejercer una mayor presión sobre SAP en temas de Localización, Licenciamiento, Auditoría y Mantenimiento.
- Tratar de crear un catálogo de experiencias y proyectos de cliente.



XII Fórum

Juntos





AUSAPE

haciendo historia



Asociados,
patrocinadores,
colaboradores
y a toda la familia
AUSAPE

¡Gracias!

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



Pilar Martínez Santa María, Cloud LoB Head de SAP España

“En SAP tenemos el claro objetivo de convertirnos en la compañía de la nube para las empresas”

Pilar Martínez Santa María es Licenciada en Matemáticas por la Universidad Complutense de Madrid, rama de Astronomía y Geodesia, pero la tecnología se cruzó en su camino. Lleva en SAP más de 20 años en diferentes puestos de responsabilidad y actualmente dirige el negocio Cloud y de las soluciones para las líneas de negocio. Nos reunimos con ella para que nos explique la estrategia de la compañía en este ámbito, el crecimiento que espera en esta área y qué puede aportar el modelo a las organizaciones.

Cuéntenos brevemente cuál es la estrategia de SAP para Cloud

En términos generales, nuestra estrategia tiene como premisa u objetivo resolver temas complicados de una forma sencilla. Y Cloud es donde, quizás, se plasma más esta idea. Desde el punto de vista tecnológico, si combinamos la potencia de SAP HANA con la estrategia SAP en Cloud, estamos ofreciendo al cliente esa simplicidad, no sólo en términos de usabilidad, sino también en cómo se definen los procesos y, sobre todo, una forma de evolucionar e incorporar aspectos de innovación a una velocidad mucho mayor.

SAP está trasladando toda su oferta a la nube y gracias a SAP HANA Cloud Platform, la plataforma sobre la que se apoya todo el catálogo cloud se está facilitando el desarrollo de un paisaje mucho más amplio y rico de aplicaciones y servicios en la nube, con el objetivo de satisfacer todas las necesidades de los clientes y contribuyendo al avance del proceso de transformación digital tan necesario para los negocios.

En SAP tenemos el claro objetivo de convertirnos en la compañía de la nube para las empresas.

¿Cuáles son las ventajas de este modelo?

Por una parte, la rapidez a la hora de dar respuesta a las necesidades corporativas y en la puesta en marcha de soluciones y, por otra, la sencillez, que va unida a la primera característica y a la usabilidad de las aplicaciones.

Otro factor importante que influye en la adopción del cloud es que las organizaciones tienen la posibilidad de trabajar siempre con tecnologías innovadoras y siempre actualizadas. En SAP optamos por hacer hincapié en esta alternativa, en ver la nube como un canal que nos abre la puerta a la innovación aportando mayor

flexibilidad y agilidad a los negocios en un entorno altamente competitivo y global.

Y por último resaltar que otro aspecto importante es la confianza y la seguridad. El cliente quiere dedicarse a su propio negocio y que haya alguien, un experto, que le pueda dar ese servicio y necesita una opción segura. SAP mantiene un compromiso permanente con la seguridad y la privacidad. Nuestra estrategia de seguridad sigue un enfoque holístico que se centra en los procesos, la tecnología y las personas, cumpliendo todos los estándares del mercado.

¿Qué papel juega Cloud en la economía digital?

Me gusta decir que el gran momento que estamos viviendo ahora es el de la hiperconectividad, que es lo que realmente está moviendo esta nueva economía digital.

Esa hiperconectividad que estamos viviendo en nuestro día a día como individuos, se traslada a la empresa y a sus distintas áreas de negocio a la hora de conseguir una mayor facilidad para esa conexión entre los empleados, los proveedores, los clientes y colaboradores.

Cloud proporciona precisamente esta plataforma de conexión y, desde SAP, planteamos una solución para cada una de estas áreas de colaboración: SAP Ariba, en el ámbito de compras; SAP Concur, en el de viajes; SAP SuccessFactors, para la gestión del talento y conseguir alinear a los empleados con los objetivos del negocio, o SAP Fieldglass, para gestionar a los trabajadores temporales.

También disponemos de soluciones como SAP Sales and Operation Planning, para el área de planificación de la demanda en áreas de producción, y soluciones de Customer Engagement & Commerce, que incluyen SAP Hybris y que introducen innovación en la forma de interactuar con los clientes.

Son algunos ejemplos dentro de un portafolio muy completo.



Es un porfolio muy completo.

Sí. Al final, lo que ofrece Cloud es esta conexión, esta colaboración entre las diferentes organizaciones y, además, permite hacerlo de una forma sencilla y dando a los clientes la oportunidad de incorporar nuevos productos o nuevos servicios, entrar en nuevos mercados de una forma rápida y también desarrollar nuevas líneas de negocio que permitan a las compañías evolucionar.

Obviamente, como complemento a estas soluciones está la plataforma tecnológica basada en SAP HANA, que está disponible en entornos Cloud y que permite, no sólo acelerar la puesta en marcha de todas las áreas de innovación, sino también crear extensiones adicionales de ámbitos específicos de cualquier negocio.

¿Cuáles son sus previsiones de crecimiento en Cloud en 2016?

El crecimiento de SAP en Cloud es imparable. Por ello, y basándose en el fuerte impulso del negocio Cloud esperamos que en 2016 los ingresos por suscripciones y soporte cloud se sitúen en un rango de entre 2.950 y 3.050 millones de euros.

En líneas generales, esperamos que los ingresos por suscripciones Cloud se igualen a los procedentes de on-premise e, incluso, que los superen en 2018.

Esto significa que Cloud ha conseguido igualarse con el negocio on-premise en un corto periodo de tiempo. En líneas generales, hablamos de un crecimiento del 33% en los ingresos por ventas Cloud.

Cualquier informe sobre el modelo de Cloud Computing apunta crecimientos generalizados para 2016 y en años sucesivos. En su caso, ¿les está ayudando a impulsar sus ingresos por Cloud disponer tanto de un amplio porfolio como de una gran base instalada de clientes?

Ahora mismo contamos con un porfolio de más de 40 soluciones en la nube, y tenemos más de 4.800 clientes conectados a nuestra red de Cloud. En total, si sumamos las diferentes soluciones Cloud, estamos hablando de 95 millones de usuarios en el mundo.

Estamos observando, además, mucha recurrencia, es decir, que a un cliente que adopta Cloud en una determinada área de negocio, le es más fácil seguir creciendo y evolucionando en otra área. Nuestra oferta es modular, por lo que el cliente puede empezar por el área que le interesa, y luego explorar otras nuevas.

¿Qué grado de interés tienen las empresas españolas por Cloud y qué sectores lideran la adopción?

En España tenemos ya más de 150 clientes y nuestra intención es llegar a 200 este año. Respecto a la adopción por sectores, creo que es muy similar en todos e, incluso, tenemos un buen número de clientes en la pequeña y mediana empresa. Creo que es más un aspecto cultural, del modelo de empresa y de cómo afronta los diferentes retos de su estrategia de futuro, aunque también influye el protagonismo que están adquiriendo las diferentes áreas de negocio, que quieren dar una respuesta rápida a problemas concretos.

Estamos viendo una adopción bastante rápida por parte de los clientes y, en general, hay mucho interés en torno a estas soluciones. No obstante, hay que hacer todavía un esfuerzo importante de divulgación de determinados aspectos que son propios de un modelo de plataforma Cloud.

La nube híbrida es la que se está imponiendo, según los informes de las firmas de investigación, que es lo que ha defendido siempre SAP...

Es lógico. Las empresas realizan inversiones en tecnología y soluciones de TI y ahora tienen la necesidad de dar respuesta a temas concretos y de forma inmediata. Está imperando la lógica del sentido común, es decir, pueden convivir las plataformas existentes con un entorno Cloud que permita aprovechar la rapidez de despliegue y puesta en marcha de soluciones que den respuesta a sus necesidades.

El modelo híbrido es la combinación perfecta para mantener una situación de equilibrio entre esa respuesta rápida y lo que las empresas han estado gestionando hasta ahora.

¿Ve nuevas vías de colaboración entre AUSAPE y su división?

Creo que AUSAPE tiene que ayudar a las empresas en ese camino de transformación, compartir experiencias e información, y también divulgar las posibilidades de este nuevo modelo en el que estamos entrando todos.

Por otro lado, estamos yendo a un escenario en el que las áreas de negocio tienen una participación más activa en decisiones de tecnología, por lo que AUSAPE debe extenderse a que estas unidades para que puedan tener una participación.

ACELERE SU SALTO A S/4HANA

Le ayudamos en su transición a S/4HANA:

Definición del roadmap.
Talleres.
Formación.
Migraciones.
Consultoría Mapa de Sistemas.

¡Y mucho más!

Sea cual sea el tamaño de su compañía, la Transformación Digital ya no es una opción, sino una necesidad. Esto implica la adopción de tecnologías como SAP HANA, que le permitan reimaginar su modelo de negocio en un mundo digital, para habilitar la toma de decisiones eficientes en tiempo real.



MÁS INFORMACIÓN marketing@scl-consulting.com
VISITE NUESTRA WEB www.scl-consulting.com

LEA NUESTRO BLOG blog-scl.com
SÍGANOS EN REDES SOCIALES      

Juan Carlos Rodríguez Manzanque,
Director General del sector Industria y Consumo de Tecnomcom

“La especialización es una forma de diferenciarnos y nos está permitiendo trabajar en nuevos proyectos”

Profundizamos con el directivo de Tecnomcom en la evolución de la estrategia y la oferta de la firma para el sector Industria, donde las soluciones de SAP tienen un gran peso. Esta unidad de negocio representa ya el 18 por ciento de los ingresos de la compañía.

Háblenos de la evolución de la unidad a nivel de ingresos.

Industria y Consumo aporta el 18 por ciento del total de la facturación de Tecnomcom. Hemos crecido mucho en los tres últimos años, a ritmos de doble dígito, y hoy somos la tercera unidad con más peso en los ingresos de la compañía, por detrás de Banca y Seguros, que supone un 48 por ciento, y de Telecomunicaciones y Energía, que representa el 25 por ciento.

En 2015 fuimos la tercera división por volumen y esperamos terminar 2016 siendo la segunda por margen de contribución. También queremos que sea un crecimiento sostenible, es decir, que aumente la parte de ingresos y, en paralelo, la de márgenes. Por eso, no estamos yendo a proyectos de volúmenes de baja rentabilidad, sino a aquellos que de alguna manera tengan algún valor añadido y que sean rentables para la compañía.

¿Lo están consiguiendo?

Sí, esto se ha cumplido durante los tres últimos años, que hemos cerrado siempre con un aumento superior del margen frente a los ingresos.

¿Ha conllevado cambios?

Por un lado, estos resultados tienen que ver con la oferta porque, con la presión que hay sobre los precios, tenemos que trasladar al mercado una oferta diferente. Si no, es imposible crecer en margen.

Por otro, hemos llevado a cabo una importante renovación de la unidad. Antes el 60 por ciento de nuestra

actividad se orientaba a la venta de infraestructuras, con un componente de producto bastante importante. En los últimos tres años, hemos cambiado esto y actualmente el 60 por ciento del negocio procede de la oferta de aplicaciones para el sector industria, mientras que el 40 por ciento restante proviene de infraestructuras.

¿Cómo se está realizando esta transición?

Estamos ofreciendo proyectos de más valor añadido. Y esa transición la hemos hecho en dos pasos. Por una parte, el año pasado hemos agrupado en la unidad nuestra oferta de ERPs, ya que aproximadamente el 75% de los ingresos por software de gestión empresarial de Tecnomcom procede del sector Industria. En esta área

tenemos a personas especializadas por soluciones y verticales.

Por otro lado, hemos agrupado todas nuestras soluciones de transformación digital en MINDx, un área que reúne nuestra oferta en torno a Movilidad, Internet de las Cosas, Big Data y Analytics y User Experience.

¿Cómo se reparte el negocio entre el área de ERP y MINDx?

En total, las dos áreas suman 850 personas, de las que casi 600 trabajan en el área de ERPs.

¿Y cómo está abordando la transformación digital el sector Industria?

Observamos que todo el sector, que aglutina a empresas muy diferentes,

"En 2015 fuimos la tercera división por volumen y esperamos terminar 2016 siendo la segunda por margen de contribución"

está interesado en la transformación digital, si bien cada empresa va a una velocidad en función de su capacidad de inversión, nivel de internacionalización y de los requisitos que tienen sus clientes.

Luego cada sector está interesado en distintos aspectos. Por ejemplo, las empresas del sector Retail son las que muestran mayor interés en el comercio electrónico y los canales de online, mientras que las compañías de logística se centran más en áreas como la gestión de sus flotas o la optimización de las rutas logísticas.

Se están llevando a cabo proyectos muy interesantes como, por ejemplo, el uso de drones para el mantenimiento preventivo de las instalaciones, y, además, muchas empresas tienen en mente poner en marcha iniciativas de transformación digital.

Estamos contentos porque se percibe alegría en el sector. Hace unos años lo que no tuviera que ver con reducción de costes, no existía.

¿Qué verticales están siendo los más activos a la hora de invertir en tecnología?

Me cuesta un poco hacer un ranking porque trabajamos con muchos clientes de un sector muy diverso y, como comentaba, en muchos casos no tiene mucho que ver con los verticales, sino con la capacidad de inversión de cada compañía.

En general, se puede decir que hay muchas empresas que están apostando mucho por su modernización,



Solicitud de Suscripción Gratuita a la Revista de AUSAPE



EMPRESA _____

ASOCIADO AUSAPE SI NO _____

NOMBRE _____

CARGO _____

DIRECCIÓN _____

CP _____

POBLACIÓN _____

PROVINCIA _____

TELÉFONO _____

E-MAIL _____

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



sobre todo las líderes de cada mercado, y otras que van a otra velocidad, en función de sus necesidades y del dinero de que disponen.

La penetración de SAP en el sector Industria es elevada, sobre todo en el área ERP. ¿Cómo aborda Tecnocom esta área?

Sí, es cierto. Desde la unidad de ERPs ofrecemos a la gran cuenta (empresas que facturan a partir de a 600-700 millones de euros) tanto mantenimiento de los sistemas de gestión tradicionales a través de nuestros centros de servicios, como empresas que deciden abordar proyectos de transformación digital e implantar desde cero SAP S/4HANA.

Por otro lado, también hemos invertido mucho en la formación y certificación de nuestros profesionales en las soluciones de innovación de SAP como, por ejemplo, SAP HANA, SAP BPC, Analytics, Movilidad y Cloud. Entendemos que la especialización es una forma de diferenciarnos y eso nos está permitiendo trabajar en nuevos proyectos.

¿Cómo está evolucionando la demanda en torno a la plataforma SAP S/4HANA y a las soluciones de innovación?

Desde nuestro punto de vista, hay mucho interés en el nuevo sistema ERP de SAP, pero todavía no hay muchas experiencias reales de implantación. Sin duda, irán en aumento, pero ahora mismo vemos más demanda alrededor de las soluciones de innovación.

Las empresas están abordando migraciones a SAP HANA para empezar a trabajar con Big Data, comercio electrónico, nuevas soluciones de Recursos Humanos como SAP SuccessFactors o la solución de Presupuestación y Consolidación SAP BPC, etc. De esta forma, preparan el camino para implantar SAP S/4HANA

porque las empresas saben que aporta ventajas y que el proveedor les va a llevar hacia la plataforma.

Háblenos de algunos de los clientes con los que están trabajando...

Estamos trabajando en proyectos integrales de transformación con algunos de nuestros clientes como, por ejemplo, GAM, Granier o PHI.

En el ámbito de soluciones de innovación, estamos realizando grandes proyectos de migración a SAP HANA, por ejemplo, en DEOLEO o Coca Cola Iberian Partners.

También estamos trabajando en la implantación de la solución SAP BPC en empresas como García Carrión, Navantia o Finorsa, y así un largo etcétera.

¿Qué les ha parecido Fórum AUSAPE 2016?

Nos alegramos de que haya vuelto a crecer en asistencia, y valoramos mucho su aportación en la exposición de casos de éxito, que los usuarios de un sistema pongan en común su experiencia es muy enriquecedor.

Creemos que la clave es que, como Asociación de Usuarios, AUSAPE logra reunir a las empresas cliente, a los partners y la propia SAP en un entorno

aséptico para generar confianza y relaciones.

Y finalmente, ¿qué les aporta pertenecer a AUSAPE?

Participamos prácticamente en todos los Grupos de Trabajo, sobre todo en los ámbitos de Recursos Humanos y Financiero, y colaboramos con AUSAPE en muchos temas, como la revista o la organización de webinars.

Creemos que nos da visibilidad estar en un foro que, además, nos permite conocer las inquietudes de las empresas usuarias de las soluciones SAP.

"Con la presión que hay sobre los precios, tenemos que trasladar al mercado una oferta diferente"

SE BUSCAN

LÍDERES PARA NUESTROS GTS

Y ÉSE PUEDES SER TÚ

¿EN QUÉ TE BENEFICIA?

- Mantenerte al día del entorno SAP
- Hacer nuevos contactos
- Conocer las experiencias de otros clientes
- Revalorizar tu CV
- Ser nuestro invitado en el Fórum AUSAPE
(el mayor evento independiente del ecosistema SAP)

Conviértete en Coordinador, y estará al alcance de tu mano

Tu labor consistirá en organizar y coordinar nuestros grupos de trabajo proponiendo temas de interés y fijando las fechas de reunión. Os podréis reunir en nuestras oficinas o mediante Adobe Connect. AUSAPE será el enlace con el contacto de SAP.

Al ser una acción de voluntariado, esperamos proactividad y predisposición por tu parte. Somos una Asociación de empresas, pero quienes de verdad mantienen esto vivo son las personas.

SI TE HEMOS CONVENCIDO, CONTÁCTANOS EN:

SECRETARIA@AUSAPE.ES - 91 519 50 94





Jesús Alonso García
Responsable de Accenture
en ROADIS
Accenture Technology -
Centro de Desarrollo en España



Juan Pedro Sánchez
Responsable de Accenture
proyecto ROADIS
Accenture Technology
SAP Finanzas



Cubriendo los procesos de negocio con SAP S/4HANA Finance

ROADIS, junto con su socio tecnológico Accenture, ha implementado SAP S/4HANA for Finance. Un proyecto transformacional hecho realidad en tan sólo 5 meses, un auténtico reto que se superó sin problemas. Nos desgranamos las claves de este proyecto Patricia Fernández Riesco, Head of IT de la compañía; Jesús Alonso García y Juan Pedro Sánchez, de Accenture.



Equipo SAP en ROADIS.

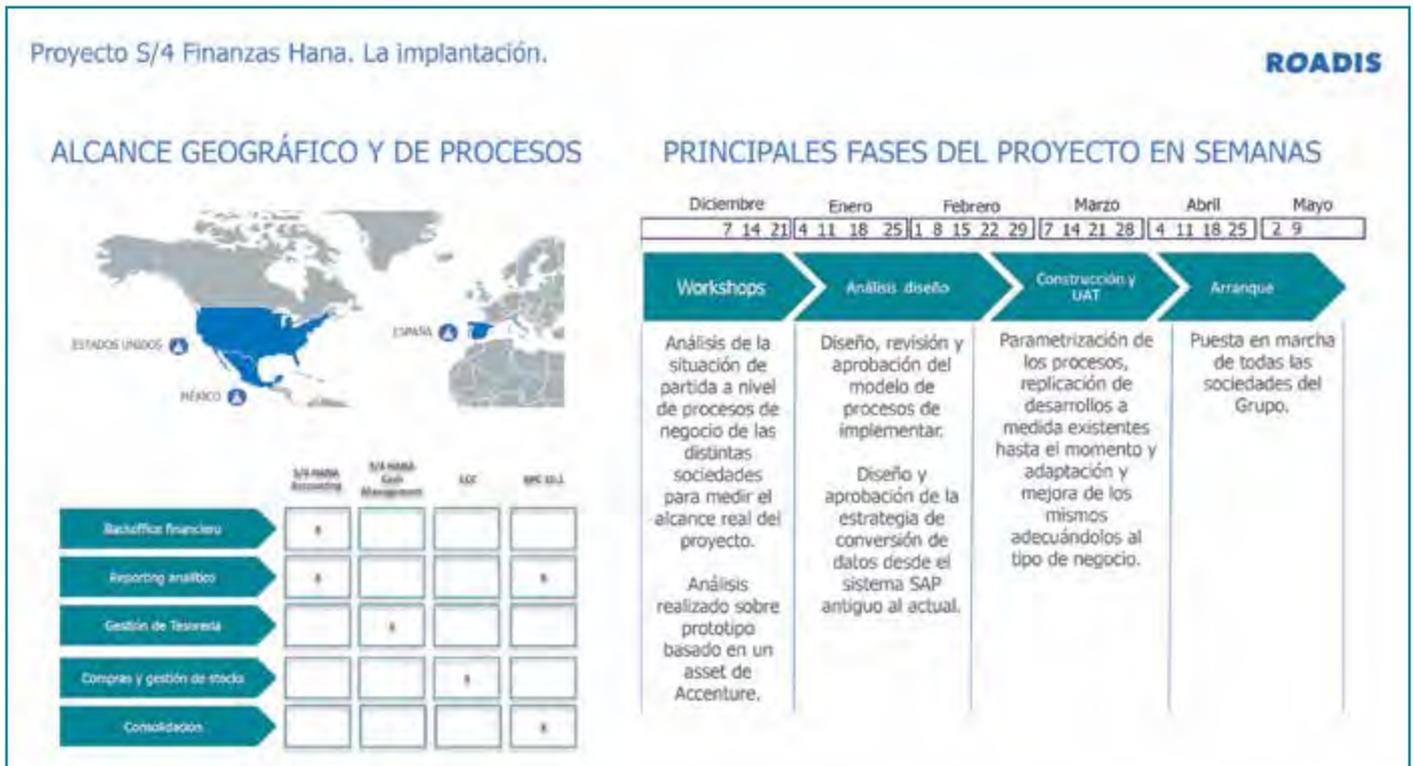
ROADIS ha sido una de las primeras compañías que han implantado SAP S/4HANA en España ¿Cuál es su opinión una vez que han puesto en producción el sistema?

Patricia Fernández (PF): Pues la verdad, y visto en perspectiva, estamos muy satisfechos con el resultado obtenido. Hemos construido un sistema que proporciona cobertura a los procesos de negocio (finanzas, tesorería y compras) y que se adapta a nuestras necesidades actuales y futuras gracias a su escalabilidad ante posibles

escenarios de crecimiento. Hemos alcanzado un hito que sabíamos que era, cuanto menos, retador.

¿Cómo se ha enfocado el reto desde Accenture?

Jesús Alonso García (JAG): Era importante que trabajáramos como un único equipo y éramos conscientes de que teníamos un reto por lo apretado de las fechas. Utilizando activos de Accenture en metodologías ágiles, utilizando aceleradores y automatizaciones de



nuestros centros de desarrollo y poniendo un equipo de consultores a trabajar codo con codo. Éramos conscientes que el proyecto necesitaría gran flexibilidad en la dotación de recursos, automatizaciones, activos reusables, y gran flexibilidad en la utilización de perfiles muy diferentes en poco tiempo.

¿Por qué se decidieron por implantar SAP S/4HANA Finance teniendo un reto tan grande en cuanto a fechas?

PF: ROADIS es una empresa que nace con una clara vocación innovadora y que quiere estar a la vanguardia de la tecnología. Vimos claro desde el principio que, a pesar del reto que suponía, teníamos que apostar por la solución de SAP S/4HANA como plataforma de gestión. Como dice nuestro CEO "para hacer una tortilla hay que romper huevos" y sólo quien arriesga y apuesta por la innovación se puede convertir en un referente en el mercado. No obstante, no ha sido un salto al vacío puesto que sabíamos que íbamos a contar con todo el apoyo de SAP, así como con el empuje y experiencia de Accenture.

¿Y cómo afrontaba Accenture el proyecto?

JAG: Estábamos totalmente convencidos de que teníamos capacidad para colaborar con ROADIS y ser exitosos. Contábamos con experiencia previa, con un magnífico equipo que conocía tanto los procesos de negocio del sector como su adecuación dentro de la solución SAP S/4HANA, experiencias recientes en segregaciones complejas de compañías, modelo de trabajo probado con Centros SAP de cercanía, la flexibilidad requerida y, por supuesto, conocíamos al equipo de ROADIS. El proyecto disponía de los ingredientes adecuados para conseguir el objetivo.

¿Qué lecciones aprendidas tenéis del proyecto?

PF: Asumir al inicio del proyecto que lo más sencillo por los plazos manejados era replicar los procesos en SAP tal y como estaban antes de la segregación, enseguida nos dimos cuenta que los procesos debían ser revisados para aprovechar al máximo las capacidades del nuevo sistema y las necesidades de nuestra realidad de negocio.

Juan Pedro Sánchez (JPS): Como Accenture hemos sabido adecuar las capacidades que S/4HANA Simple Finance ofrece y adecuarlas a la realidad de los procesos que el cliente necesita gestionar. Creo que tenemos a día de hoy una capacidad de integración diferencial con esta nueva solución. No olvidemos tampoco al equipo de infraestructura tecnológica, recomiendo una implicación del mismo desde el inicio del proyecto.

¿Cuál ha sido la clave del éxito?

PF: En nuestro caso concreto, lo que nos ha funcionado ha sido la involucración y el compromiso de todo el equipo. Por una parte, el equipo financiero de ROADIS (tanto del HQ en España como el de las concesionarias de España, México y USA), que ha efectuado una revisión exhaustiva de todos los procesos financieros buscando siempre la homogeneización, simplificación y escalabilidad de las soluciones adoptadas. Por otra parte, el equipo de Accenture que nos ha aportado su expertise y cuya flexibilidad en la utilización de capacidades de centros de excelencia globales ha sido clave. Trabajar con un mismo objetivo suele un ingrediente que funciona.

JAG: Creo que ha sido clave tener claro el objetivo perseguido, la experiencia previa tanto de las personas de ROADIS como de Accenture, el conocimiento del equipo en la solución, la agilidad metodológica, la reusabilidad y la industrialización de procesos repetitivos, tanto en construcción como en pruebas.

JPS: Enfocar el proyecto con un carácter innovador sabiendo conjugar las necesidades del cliente con el potencial que ofrece S/4HANA Simple Finance, haciéndole participe desde las primeras etapas de análisis.

¿Repetiría la experiencia?

PF: Sin duda, ya que acertamos con la decisión de enfoque del proyecto y con la gestión realizada del mismo.

**Daniel Bejarano**

everis SAP Business Unit Platform Management
Project Leader & Training Responsible



an NTT DATA Company

To cloud or not to cloud?

Cada vez más, el concepto de “Cloud” está en boca de todos. Podemos observar, de una manera casi natural, cómo se ha llegado a integrar ya no sólo en el mundo IT, sino también entre los usuarios particulares: uso del correo electrónico, servicios de almacenamiento de ficheros ajeno a sus dispositivos, etc.

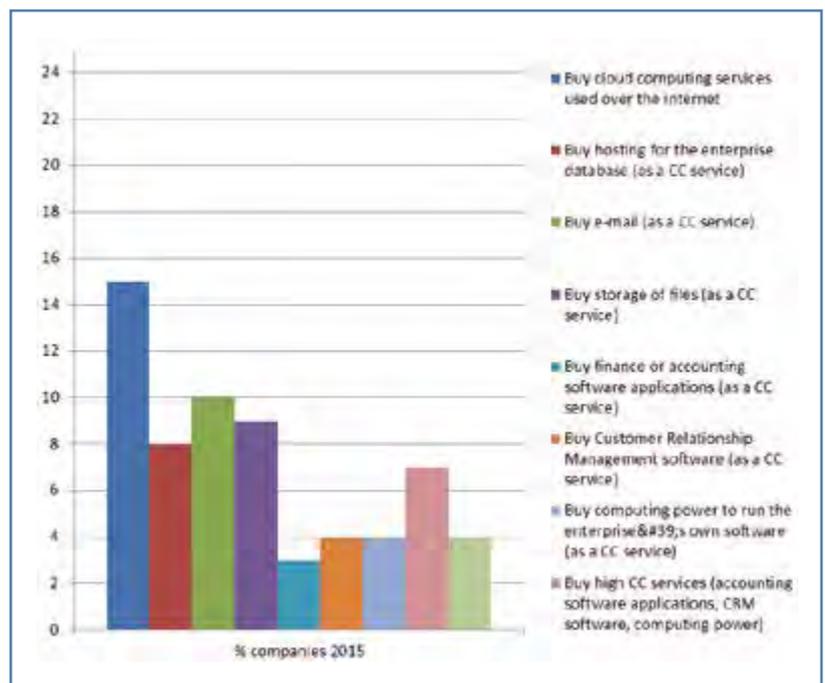
Este auge no ha dejado de lado a las compañías que, día tras día, apuestan más por este tipo de computación. Ahora bien, también es cierto que hay factores en el entorno que dificultan esto. Si bajamos a la realidad, observamos innumerables mercaderes de la nube, que degradan el concepto de Cloud y provocan así una visión equívoca de la solución, que impone un miedo y rechazo de las organizaciones hacia este modelo. Esto inevitablemente desencadena la siguiente pregunta: ¿realmente se conoce qué es Cloud?

Haciendo una breve descripción, podemos decir que Cloud (Cloud Computing, nube) es la respuesta al paradigma planteado por las compañías de cómo establecer un ahorro de costes significativos en IT, sin que esto suponga un lastre para el crecimiento de negocio.

A un nivel macro se podría dividir la estructura de una Cloud en tres grandes grupos. Estos tres bloques, representados comúnmente en una forma piramidal, estarían divididos por las Cloud orientadas a plataforma (**PaaS**: SAP HANA Cloud Platform o SAP HANA Cloud Portal), las Cloud orientadas a aplicaciones (**SaaS**: proveedor de correos típicos o aplicaciones de SAP en Cloud como *Talent Management Cloud (HR)*) y las Cloud orientadas a infraestructura (**IaaS**: público o privado). Tras todas las experiencias vividas, análisis y diseños de infraestructura y proyectos que hemos realizado en everis en este ámbito, hemos podido observar que la mejor opción del despliegue en Cloud es combinar ambos mundos para llegar a entornos **híbridos**.

¿Qué nos aporta la nube híbrida? Combina el poder disponer de IaaS, PaaS y SaaS bajo demanda con la posibilidad de realizar una inversión en infraestructura ajustada a las necesidades, capacidad de crecimiento bajo demanda y reducción de infraestructura ‘ociosa’, con lo que se reducen significativamente las inversiones o adelantos de capitales (CAPEX).

Basándose en los KPIs que establezca cada empresa, se puede discernir entre servicios que pueden estar alojados en un entorno compartido o servicios que han de estar en un entorno privado.



El gran atractivo de esta solución es poder crecer y decrecer en recursos a medida que son necesarios, haciendo patente el ahorro de costes puesto que se trata de un modelo de pago por uso que no requiere de una gran inversión en infraestructura inicial, por lo que permite al negocio crecer según sus necesidades. Adicionalmente, ya no se precisa del mantenimiento o servicios asociados a la infraestructura, ya que pasa a ser un ente transparente, gestionado por el proveedor de Cloud.

Obviamente, aun siendo un mercado que está en plena expansión, existen dudas por parte de las organizaciones a la hora de migrar sus servicios IT a la nube. Un ejemplo de éstas serían cuestiones en torno a garantizar la privacidad de la información, las legislaciones obsoletas que regulen dichas actividades, la localización de los datos, la pérdida por la inversión en la infraestructura actual, ROI, etc.

Con sus bondades y sus preocupaciones, lo cierto es que la adopción de la nube en entornos corporativos crece y un 15% de las compañías encuestadas han contratado servicios Cloud, según constata el informe *Use of Cloud Computing Services*, de EUROSTAT.

Respecto a Europa, nuestro país está en la mitad de la tabla de uso y compra de servicios Cloud a través de Internet, y Finlandia destaca como el país puntero con más de un 50% de las compañías haciendo uso de dichos servicios, como muestra la tabla de la parte inferior.

EL CASO DE ÉXITO DE EVERIS

En los últimos años, en everis SAP Business Unit hemos realizado numerosos proyectos de migración e implementación de entornos SAP en Cloud, desde *landscapes* completos de compañías a implementación de escasas soluciones, como SAP APO on HANA.

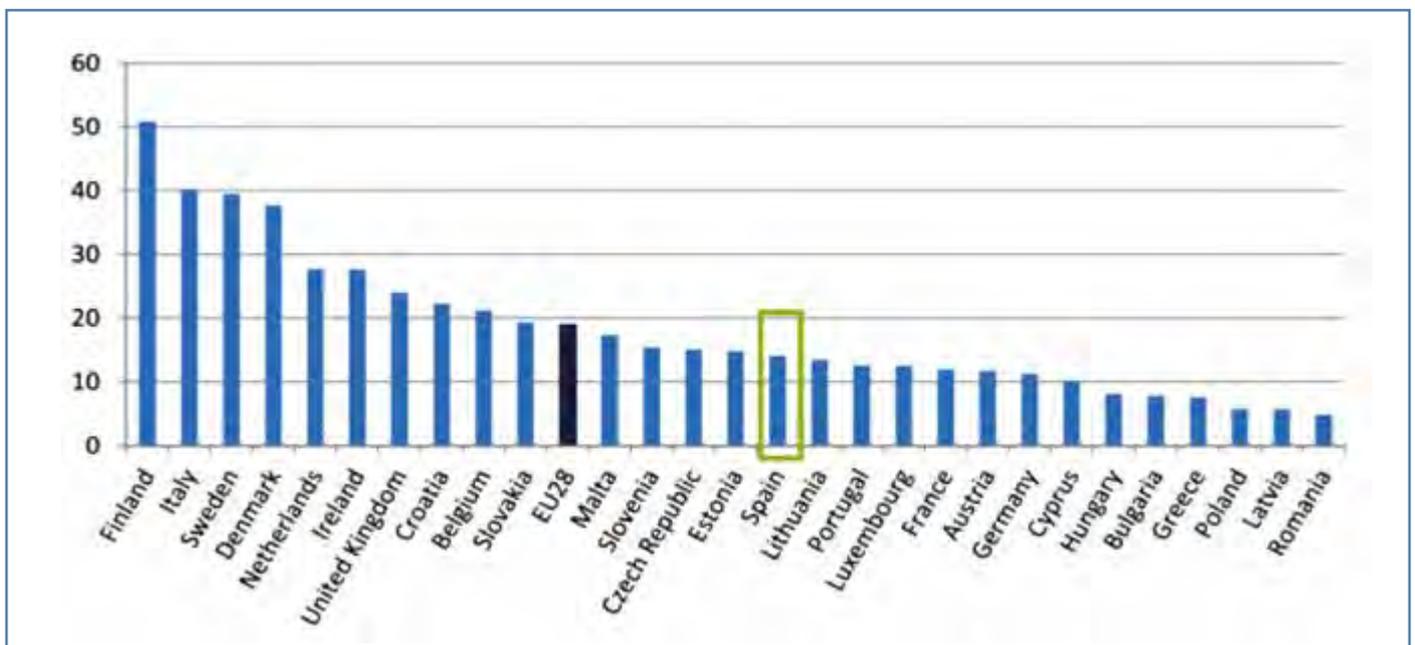
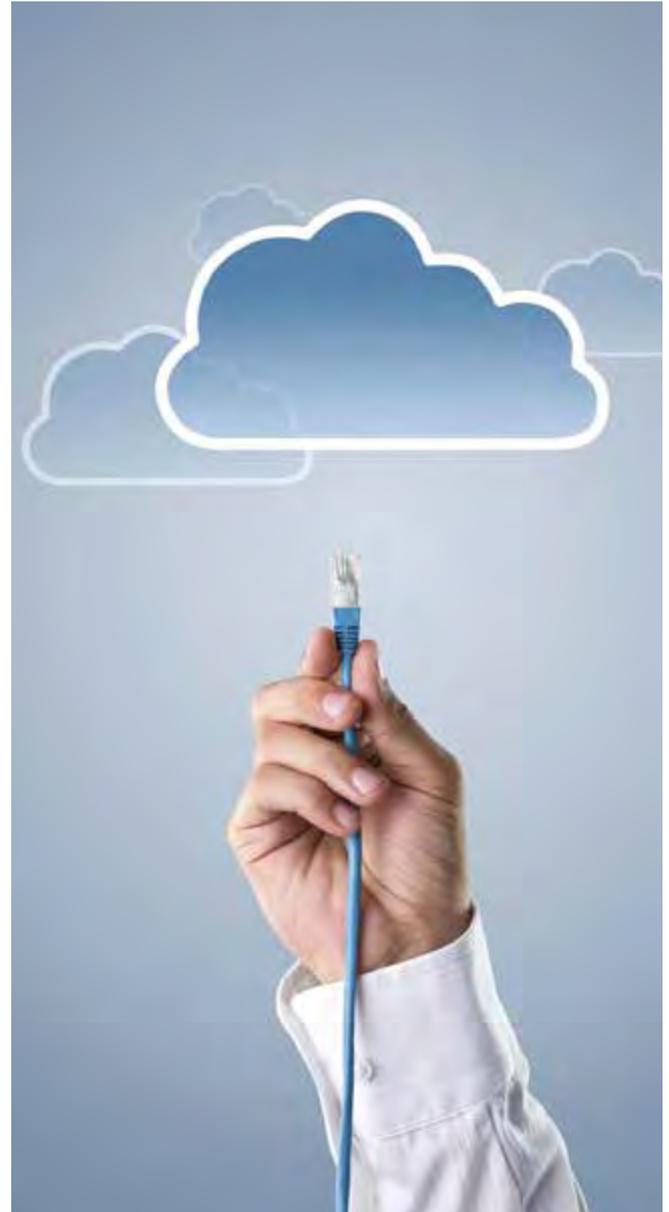
Un claro ejemplo de transformación de un escenario de infraestructura clásico a Cloud, caso de éxito realizado por everis España, liderado por el área de SAP Platform Management Barcelona, que ha migrado todo el escenario SAP dedicado a laboratorio e I+D de everis EMEA al Cloud de NTT Data.

El proyecto fue planteado precisamente bajo la premisa de optimizar costes a nivel de infraestructura, gestión y esfuerzo en mantenimiento de la plataforma que soportaba, sin poner en riesgo todos los despliegues, desarrollos, pilotos y *ramp-ups* desplegados en éste.

Con una volumetría superior a 30 entornos, el equipo encargado de desarrollar la migración, trabajó durante cinco meses en la conclusión de dicho proyecto.

Estos entornos dan servicio a todas las áreas de negocio dentro de everis SAP Business Unit de everis EMEA, como si de productos se trataran. El éxito del proyecto se basó en una planificación minuciosa y una gran coordinación de las tareas que formaban parte del proyecto para tender a un impacto cero sobre los usuarios de los entornos. Esto combinado a un diseño y estrategia de la solución técnica basada en toda la experiencia de proyectos de migración a Cloud realizados, nos permite disponer de un *landscape* propio, con una reducción de costes significativos basado en un pago por uso.

En conclusión, podemos decir que, a día de hoy, los servicios Cloud son una realidad presente y futura.





Javier Casta
Account Director de NGA



Los 5 elementos más ignorados al gestionar los Recursos Humanos en la nube

Su empresa ha implementado con éxito una solución de Recursos Humanos basada en la nube, pero esto no significa que el trabajo haya terminado. Es necesario tener en cuenta el mantenimiento y uso adecuado de la misma. ¿Cómo se gestionarán con eficacia las actualizaciones, la integración de procesos y el cumplimiento de las normativas?, ¿tiene el conocimiento interno para mantener su sistema optimizado?, ¿cómo dará soporte a los usuarios finales? Se trata de una inversión importante, por lo que es fundamental dar los siguientes pasos correctamente con el fin de obtener el mayor retorno de la inversión.

Muchas empresas se están moviendo o planeando mover su gestión de Recursos Humanos a la nube. Según los analistas, la tecnología de Recursos Humanos es una de las áreas de negocio de mayor crecimiento (refiriéndose al mercado de los sistemas de gestión de Recursos Humanos), llegando a más de doce mil millones de dólares. La última encuesta de Tecnología de Recursos Humanos de PwC reveló que el 56% de las compañías con sede en EE.UU. planean ampliar el uso de aplicaciones de Recursos Humanos basados en la nube. Este crecimiento tiene sentido, siempre y cuando los beneficios estén claros y quede probado:

- una mayor estandarización,
- una migración sencilla de los sistemas actuales,
- que no haya gestión de hardware y
- que las principales funcionalidades de RR.HH. sean las óptimas para la gestión en la nube: Gestión de Personal, Evaluación y Desempeño, gestión de la Formación y desempeños, etc.

De hecho, los Recursos Humanos son una de las funciones más *Cloud-friendly* del negocio. PwC descubrió que el 52% de las aplicaciones de gestión de talento ya están basadas en la nube.

OPTIMIZANDO LOS RECURSOS HUMANOS EN LA NUBE

Desafortunadamente, muchas empresas subestiman los continuos requerimientos para mantener su sistema de Recursos

Humanos al día y optimizados para el uso diario en toda la compañía.

Existe la percepción errónea que la gestión de Recursos Humanos en la nube es dar el paso y olvidarse, sin necesidad de un mantenimiento constante, apoyo, formación y actualizaciones. La realidad, sin embargo, es que ninguna solución se libra de un mantenimiento mínimo.

Para ayudar a las empresas a gestionar eficientemente los Recursos Humanos en la nube, NGA identificó cinco áreas que requieren mayor atención. Basándonos en nuestros años de experiencia ofreciendo servicios de Recursos Humanos y adaptándolos al entorno del cloud, estos son los errores más comunes que se deben evitar.

1) Garantizar un espacio adecuado para la Gestión del cambio

Un sistema de Recursos Humanos basado en la nube requiere mantenimiento. Muchas personas no son conscientes de la cantidad de tiempo y recursos técnicos que se necesitan para mantener el sistema actualizado. Esto incluye hacerle seguimiento a las nuevas actualizaciones, evaluar su efecto en procesos actuales y finalmente, hacer las pruebas pertinentes. SuccessFactors, por ejemplo, lanza nuevas funcionalidades trimestralmente. Mantener un sistema de Recursos Humanos funcionando correctamente implica asegurar pequeñas actualizaciones, adaptaciones y cambios que se integren sin problema.

2) Saber cómo manejar integraciones complejas

Se debe vincular de manera efectiva la nube con otros sistemas y fuentes de datos (p.ej. sistemas financieros). Esto también incluye la supervisión de todas las modificaciones que se deban hacer al sistema para adaptarlo a su entorno. Al igual que con la gestión del cambio, el departamento de Recursos Humanos suele ser responsable del mantenimiento e integración del sistema en la nube, no el departamento informático, a diferencia de una solución tradicional “on-premise”.

3) Establecer roles apropiados y asegurar la seguridad del sistema

Diferentes usuarios necesitan acceso a diferentes niveles del sistema, para asegurar que tengan acceso a los datos de Recursos Humanos en el momento necesario. Del mismo modo, un sistema seguro requiere monitorización constante, informes y procedimientos de acceso de seguridad, así como auditorías regulares. ¿Tiene su departamento de Recursos Humanos las habilidades necesarias para manejar todo esto?

4) Centrarse en mejorar la utilización del sistema por parte del usuario final

Las personas se resisten al cambio. Para que cualquier sistema de Recursos Humanos tenga éxito, el apoyo técnico y operativo a los usuarios es esencial, así como apoyar y gestionar procesos automatizados. Según Dave Foxal en su artículo “5 Reasons Manager Self-Service (MSS) Software Initiatives Fail” para HRlab.com, la falta de apoyo a los empleados es la razón principal por la que las implementaciones de soluciones de autoserivicio fallan.

5) Tener la capacidad para garantizar el cumplimiento de los requerimientos legales

La legislación cambia constantemente. Por lo que el sistema debe adaptarse a las siempre cambiantes normas de seguridad, requisitos legales y normas de gobierno corporativo que afectan al personal. Los requerimientos fiscales y legales exigen una amplia experiencia que debe ser trasladada a su entorno técnico. Los datos de Recursos Humanos que se gestionan con aplicaciones en la nube deben ser almacenados de manera eficiente y segura, de acuerdo con la legislación local.

ANTICIPARSE A LOS DESCUIDOS

Teniendo clara la necesidad de los Servicios de Gestión de Aplicaciones externalizados de NGA, puede prevenir los cinco fallos más comunes en la gestión de sistemas de Recursos Humanos en la nube.

Además, los Servicios de Gestión de Aplicaciones aportan a su sistema de Recursos Humanos:

- Servicio flexible: escalabilidad al crecer la empresa.
- Control de riesgo: gestión de la administración técnica de las aplicaciones de Recursos Humanos, así como el seguimiento de los cambios legales que afectan a su entorno.
- Auditoría constante: asegurando el cumplimiento con la normativa en todo momento.
- Acuerdos de servicio: seguridad contractual y resultados tangibles y medibles.

NGA puede ayudar

El equipo de Servicios de Gestión de Aplicaciones de NGA está preparado para manejar los desafíos relacionados con la gestión de sus servicios de Recursos Humanos en la nube. Nuestro equipo global de más de 800 expertos de gestión de aplicaciones en todo el mundo puede ayudar a su empresa a maximizar el retorno de la inversión.

Al aportar recursos especializados en su empresa, le ayudaremos a llenar vacíos de conocimiento y reducir sus costes de IT. No sólo lo decimos nosotros; pregunte a cualquiera de nuestros más de 300 clientes que se benefician de nuestra experiencia en la gestión de aplicaciones.

De promedio, se da una reducción de costes del 30% a través de servicios de gestión de aplicaciones de NGA. Muchos dicen que permitimos liberar recursos internos valiosos para que puedan trabajar en otras prioridades críticas para el negocio y al mismo tiempo se incrementa la disponibilidad de la aplicación de Recursos Humanos.

Nuestros más de 30 centros de servicio estratégicos están posicionados en los principales mercados de todo el mundo, que cuentan con profesionales que hablan 25 idiomas. Dando servicio a más de 1,5 millones de empleados cada día, gestionamos más de 115.000 incidencias anuales. Ellos pueden ayudarle a entender el verdadero retorno de la inversión de sus sistemas de Recursos Humanos en la nube.

- Reportes y análisis: si está confiando en múltiples fuentes de datos para darle una imagen precisa de sus empleados, necesita tenerlos identificados en toda la empresa.
- Apoyo al usuario a nivel global: apoyo técnico y operativo de cualquiera de nuestros 30 centros de servicios a nivel mundial, dando servicio a clientes en 25 idiomas.
- Amplia experiencia de Recursos Humanos: experiencia probada en múltiples industrias y tecnologías, complementado por un gran grupo de profesionales cualificados y grandes alianzas con socios tecnológicos.
- Colaboración con socios: NGA ofrece 2.000 consultores cualificados en SAP ERP HCM, Workday, Oracle Fusion, Peoplesoft, ResourceLink, Preceda, SAP SuccessFactors y otras plataformas.

Los Servicios de Gestión de Aplicaciones 360 ° incluyen:

- Mantenimiento correctivo: modificación reactiva para corregir los problemas descubiertos.
- Mantenimiento adaptativo: modificaciones necesarias para mantener las aplicaciones funcionando en un entorno de cambios.
- Mantenimiento perfectivo: modificación para mejorar el rendimiento o mantenimiento.
- Mantenimiento preventivo: modificación para detectar y corregir los errores latentes en la aplicación antes de que se conviertan en fallos.



David Almagro
Consultor Senior Cloud&Tech de Techedge España



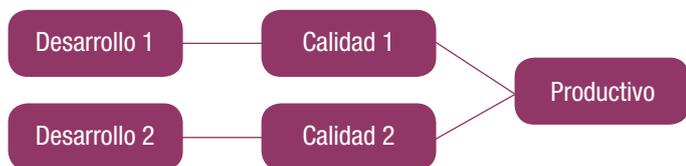
CSOL: Detención de colisiones de proyectos en paralelo

Las compañías trabajan diariamente con diversos equipos de desarrolladores para cada proyecto que llevan a cabo y es muy habitual que, durante el mismo periodo de tiempo, estén en marcha múltiples iniciativas en proceso de ejecución que, en muchos casos, pueden ser gestionados por diferentes empresas de servicios o equipos internos de la compañía. También es frecuente que, al no tener un control de la gestión de cambios en los objetos que forman parte de los proyectos, no se detecte la colisión de cambio hasta una vez liberado en nuestro entorno productivo.

Este escenario es bastante común y puede crear problemas e inconsistencias en los entornos SAP de la compañía y afectar las funcionalidades de los demás proyectos con los que colisionan.

Éstos son algunos ejemplos:

- Tenemos dos sistemas de desarrollo con sus respectivos entornos de calidad y desembocan ambos entornos en un único servidor productivo.



- Un sistema de desarrollo con uno o varios mandantes contra un sistema de calidad y un sistema productivo.



- Un sistema de desarrollo contra diversos sistemas de calidad y estos contra un único sistema productivo.



En todos ellos tenemos un denominador común: que los cambios de los múltiples proyectos terminan por llegar a un único sistema productivo que debe albergar correctamente los diversos proyectos en paralelo que llegan a la fase de Go-Live, sin que haya colisión entre ellos y, por tanto, inconsistencia, de forma que provoquen todo tipo de problemas en el sistema productivo de la compañía y sus correspondientes afectaciones.

Pongamos un ejemplo de colisión en el escenario más lineal:

Tenemos tres entornos para la solución ERP (DEV, QAS, PRO) desarrollamos todos los proyectos en DEV, actualmente proyecto A y B en paralelo por dos empresas diferentes (X y Z).



La empresa X gestiona el proyecto A y crea una modificación del campo NAME de la tabla ZTabla y lo libera en una orden SIDK90000, para transportar al entorno QAS. Dos días después la empresa Z que gestiona el proyecto B, realiza una modificación diferente en el mismo campo NAME de la misma tabla ZTabla invalidando el cambio previo del proyecto A, (DEV no avisa del bloqueo porque, como indicamos, se liberó y transportó al sistema QAS), lo libera en una orden nueva SIDK90001 para que el cambio tenga efecto en el entorno QAS. En este momento ya tenemos una colisión y problema de inconsistencia c a un futuro corto, uando estas órdenes lleguen al sistema Productivo (PRO) ya que hará que el proyecto A o B, según quien transporte el cambio almacenado en

la orden en último lugar, deshará lo que necesita el otro proyecto para su correcto funcionamiento.

A mayor aumento de complejidad de la arquitectura del landscape y a mayor aumento de programadores en nuestros entornos, aumenta exponencialmente la posibilidad de que exista una colisión.

¿EXISTE UNA HERRAMIENTA DE SAP PARA DICHA GESTIÓN?

SAP dispone del **Cross System Object Lock (CSOL)**, un servicio de la funcionalidad existente en SAP Solution Manager conocida como Change Request Management (CHARM), la herramienta específica de SAP para la gestión del proceso de cambios en nuestro landscape.

CSOL consiste en la verificación centralizada de los cambios en el landscape que se encuentren asignados en una orden de transporte, independientemente del sistema donde se encuentre la orden (DEV) o (QAS). Por tanto, puede predecir una colisión a futuro entre una nueva modificación en el sistema de desarrollo (DEV), que ya existiera en el entorno de calidad (QAS), como hemos descrito en nuestro ejemplo previo.

Una vez la orden de calidad es traspasada a nuestro entorno productivo (PRO), este bloqueo desaparecerá automáticamente de la lista de control que gestiona CSOL, permitiendo crear un nuevo bloqueo porque los entornos estarán alineados.

CSOL dispone de diversas configuraciones para la gestión del bloqueo detectado:

- **Permisiva:** avisar con un “warning” y dejar crear un nuevo bloqueo sobre el mismo objeto

- **Restringida:** Avisar que existe un bloqueo y no permitir realizar uno nuevo sobre el mismo objeto hasta que este quede liberado en productivo.

En cualquiera de los casos la alerta que nos ofrece CSOL, se convertirá en el toque de atención que necesitamos para interactuar entre los diferentes equipos de proyectos y comenzar la gestión de colisiones en el momento real que se produce, sin esperar a realizar esta gestión una vez la colisión creó un problema grave en el entorno productivo.

¿PARA OBTENER LOS BENEFICIOS DE CSOL NECESITO CHARM?

Para tener operativo CSOL es necesario disponer de SAP Solution Manager y, en dicho sistema es imprescindible activar la funcionalidad CHARM. Pero cuidado, esto no significa tener configurado y parametrizado CHARM. Esta parte es importante ya que muchas empresas encuentran la parte de CHARM como un “stopper”, debido a que la parametrización es costosa y puede afectar al método habitual que utiliza en ese momento la empresa actualmente para gestionar sus sistemas de cambios con los transportes.

Podemos únicamente activar la funcionalidad de CHARM para obtener el servicio CSOL y con él detectar las colisiones y ofrecer todas las ventajas que CSOL aporta a la compañía garantizando y localizando en el momento adecuado la colisión para gestionar varios proyectos en paralelo, sin tener sorpresas desagradables en el sistema productivo por falta de esta gestión.



¡ASÓCIATE!

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



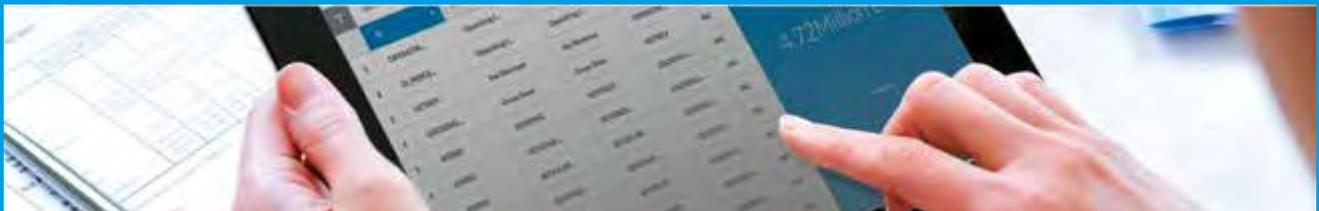


Horacio Mendoza
Especialista BI SAP España



SAP BusinessObjects Cloud

La aceleración en el uso de tecnologías en Cloud resulta patente en nuestro día a día, y prueba de ello es lo sencillo que resulta encontrar publicaciones no especializadas que dan cobertura en sus páginas a este modelo de prestación de servicios. Y si es algo muy notorio en el mundo no tecnológico, en el tecnológico la tracción de Cloud Computing es tan importante que no hablamos de una novedad, sino de un enfoque ya plenamente establecido.



SAP no es ajena a este proceso como lo demuestra el hecho de ser una compañía enfocada a la computación en la nube gracias a las múltiples soluciones que funcionan nativamente bajo dicho paradigma y que abarcan numerosas áreas como Recursos Humanos, Finanzas, Procurement, Marketing, Business Network, Ventas, etc.

Así, y como parte de este proceso de despliegue en el mundo Cloud, SAP puso en el mercado en el último tercio de 2015 SAP BusinessObjects Cloud.

SAP BUSINESSOBJECTS CLOUD

SAP BusinessObjects Cloud es una solución Cloud que consolida en un único producto las funcionalidades de planificación, business intelligence y exploración de datos; además, integra capacidades predictivas y pondrá muy pronto a disposición del mercado funcionalidad de control de riesgos.

La solución no sólo contiene funcionalidades puras de producto analítico, sino que también aúna en esta única solución capacidades colaborativas y de gestión de flujos de información.

Construida sobre SAP HANA Cloud Platform, permite eliminar soluciones dispersas y silos de datos con un enfoque

Cloud securizado. Simplifica, además, la planificación financiera y su análisis, permitiendo analizar datos y colaborar contextualmente en tiempo real.

Es una solución construida y diseñada con un enfoque de usabilidad y vistosidad para el usuario final. Permite explorar sets de datos, construir modelos de datos sobre los que luego

construir modelos de planificación y cuadros de mando. Todo ello con unas capacidades gráficas avanzadas y un entorno de usuario no especialista en tecnología.

SAP BusinessObjects Cloud se integra con numerosas fuentes de datos en la nube, como Salesforce, Google Drive, SuccessFactors, etc.

En cuanto al mundo on-premise, SAP BusinessObjects Cloud se integra con SAP Business Planning and Consolidation con capacidades de importar y exportar datos. También conecta con fuentes como SAP S/4HANA, SAP HANA, SAP BW, SAP ERP, Universos de SAP BusinessObjects, etc. sin necesidad de replicación de datos.

SAP BusinessObjects Cloud está disponible vía suscripción anual que incluye la infraestructura, su mantenimiento, evolución y soporte. Adicionalmente el nove-

SAP BusinessObjects
Cloud está disponible
vía suscripción
anual que incluye
la infraestructura,
su mantenimiento,
evolución y soporte.

dos componente SAP Digital Boardroom, que se licencia por separado bajo suscripción anual, ha sido construido sobre SAP BusinessObjects Cloud.

RETOS DE NEGOCIO

Muchas aplicaciones analíticas nunca llegan a adoptarse de forma consistente y extensa en toda la organización dado que son diseñadas en torno a la tecnología que las posibilita, en lugar de hacerlo en torno a las personas que las van a usar. Frecuentemente estas aplicaciones carecen de capacidades clave y fuerzan al negocio a implementar su propia solución para satisfacer su necesidad. Este modo de proceder es caro y costoso en términos de tiempo, y además no escala.

Teniendo en cuenta estas limitaciones y aprovechando nuestra experiencia, estos retos de negocio se pueden fácilmente solventar con SAP BusinessObjects Cloud. La solución permite:

- Simplificar y enriquecer la toma de decisiones basada en hechos en toda la organización.
- Evitar la compra, implementación y uso de distintas soluciones analíticas departamentales.
- Descubrir y visualizar datos de toda la compañía.
- Romper con los silos funcionales y facilitar la colaboración mejorando resultados.
- Moverse de forma rápida y segura a la nube con una solución fácil de usar que se ajusta conforme evolucionan sus requerimientos.
- Proveer una experiencia de usuario efectiva para todos los roles y dispositivos.

BENEFICIOS DE NEGOCIO

Gracias a SAP BusinessObjects Cloud, obtendremos beneficios como:

- Experiencia de usuario más agradable y mayor productividad.
- Mejor toma de decisiones basada en hechos y mejor rendimiento.
- Uso más efectivo de analytics así en todas las aplicaciones y dispositivos.
- Menor TCO y mayor valor de las inversiones existentes con todas las características de un sólo producto SaaS para todos los usuarios.



CARACTERÍSTICAS Y FUNCIONES

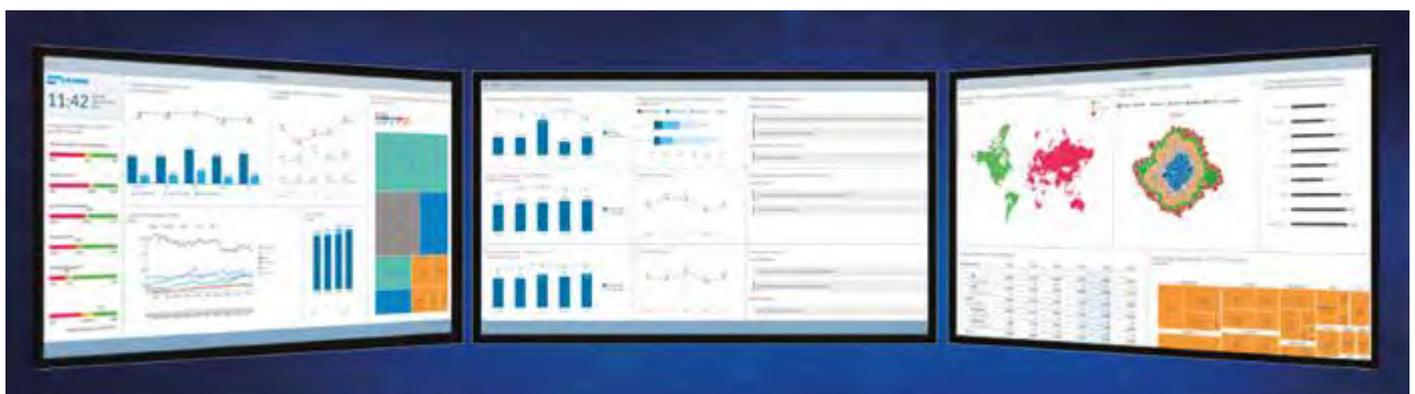
Con SAP BusinessObjects Cloud se pueden aprovechar las siguientes funciones:

- Data discovery, planificación, capacidades predictivas.
- Cuadros de mando con personalización según roles y funciones.
- Funcionalidades nativas de colaboración para permitir a los usuarios trabajar conjuntamente y tomar acciones directas en el contexto del análisis que están realizando, como en una conversación WhatsApp.
- Conexión a fuentes SAP y no-SAP tanto on-premise como en la nube.
- Integración nativa con aplicaciones SAP on-premise, soportando despliegues híbridos, complementando y ampliando inversiones ya en uso.

SAP BusinessObjects Cloud permite crear visualizaciones que formarán parte de SAP Digital Boardroom, el producto de cuadro de mando avanzado que funciona en tiempo real sobre pantallas táctiles.

CONCLUSIÓN

Se trata de un producto que contiene todas las funcionalidades analíticas que necesitan los usuarios para explorar y comprender la realidad de su negocio, trabajar datos, planificar, comunicar y colaborar en el mercado actual, ofrecido con una visualización sencilla y gráficas potentes.



**Joaquín Grau**

Business Analytics especializado en Tecnologías SAP HANA en SCL Consulting



Bienvenidos a la “Cuarta Revolución Industrial”

¿Están las empresas y usuarios preparados para la nueva era digital? ¿Cómo pueden afrontar este reto las organizaciones? La Comisión Europea arrojó hace unos meses los resultados de la edición de 2016 del Índice de la Economía y la Sociedad Digital. Los resultados para España son favorables, subiendo dos posiciones en el ranking, al pasar del puesto 17 al 15 de entre los 28 estados miembros. Estos datos suponen un paso al frente de todas las organizaciones a nivel nacional ya que la transformación digital es una de las grandes claves para adaptarse a la nueva economía global. No obstante, la gran brecha digital se encuentra, según los datos de la Comisión, en las pequeñas y medianas empresas que todavía están a una gran distancia de asumir este nuevo reto.

En el ámbito de la nueva sociedad digital, IDC anunciaba en uno de sus últimos estudios que los ingresos por servicios de big data y analíticas de negocio crecerán a un ritmo del 34 por ciento, de 122.000 millones de dólares en 2015 a cerca de 187.000 millones en 2019. En su estudio, los analistas confirmaban que el software será el segmento con mayor oportunidad de ingresos y las industrias que liderarán la adopción de dichas herramientas serán la banca, la manufacturera, los procesos de fabricación y las telecomunicaciones.

Además, para finales de este año se espera, que la cantidad de dispositivos conectados, Internet de las Cosas, supere los 6.400 millones, el doble de usuarios conectados a Internet; una cifra que puede superar los 30.000 millones en 2020, según las previsiones de la firma EMC.

Según este conglomerado de datos, y tal y como apuntan la mayoría de analistas y expertos, para 2020 estaremos sumergidos en un mundo completamente digital. Seremos una especie de “Gran Hermano”, con Ciudades Inteligentes, enteramente conectadas y aplicaciones y servicios a disposición de los usuarios para dar respuesta inmediata a sus necesidades. Esta iteración usuario-dispositivos inteligentes, servirá para que los sistemas se automaticen de manera más eficiente, cuanto más interactuemos con ellos y de forma que aprendan nuevos patrones, preferencias, roles, etc.

Ante esta situación, las organizaciones deben comenzar ya a estructurar sus negocios e inversiones, de tal forma que puedan aprovechar la nueva coyuntura digital. Es primordial la creación de nuevos modelos que ofrezcan más valor a los usuarios y nuevas



experiencias, que cumplan, con las cada vez más exigentes preferencias y gustos de los consumidores. Así como afrontar el reto de modificar la cultura empresarial, ser disruptivos e innovar si miedo al fracaso, con la tecnología como clave para todo este proceso.

Las soluciones en la nube, la conectividad, las redes sociales y la analítica de datos, entre otras, se han convertido en los grandes pilares tecnológicos de esta nueva realidad digital y si no se quiere “morir en el intento” es imprescindible apostar por ello.

Para este tremendo cambio, SAP se consolida en el mercado con la solución SAP HANA Cloud Platform (SAP HCP), una plataforma como servicio, para afrontar con éxito la nueva era del desarrollo ágil, heterogéneo y seguro.

TECNOLOGÍA DE ÚLTIMA GENERACIÓN: SAP HCP

SAP HCP es una plataforma tecnológica de última generación, que proporciona servicios únicos de bases de datos en memoria, analítica inteligente y aplicaciones empresariales. Desarrollada en la nube, permite un alto grado de integración para crear rápidamente nuevas aplicaciones o ampliar las ya existentes, ayudando a cualquier compañía en la tarea de convertirse en una empresa digital. Es capaz de cubrir todo el ciclo de vida de los servicios y aplicaciones, desde el desarrollo, a su despliegue en cualquier tipo de dispositivo y posterior mantenimiento. Además, posibilita la simplificación de infraestructuras tecnológicas, directamente asociado con la reducción de costes.

El principal objetivo es ayudar a los clientes a encontrar nuevos valores para innovar en el futuro, de tal forma que las compañías puedan minimizar la complejidad de sus operaciones y las ejecuten de forma sencilla. Se aprovecha el poder de la memoria de SAP HANA que supone un incremento en la agilidad y capacidad de respuesta, ya que se pueden desarrollar nuevos productos y reaccionar a tiempo ante las cambiantes tendencias del mercado, que se presenten en la economía digital.

Entre sus principales beneficios destaca la capacidad de operar en modo multidispositivo. Permite extender las soluciones existentes en la nube de SAP y favorece la integración de cualquier sistema SAP con otros sistemas. Cuenta con un amplio conjunto de herramientas y servicios, al ser una plataforma como servicio



(PaaS), que ofrecen funcionalidades personalizables para soluciones en la nube y propietarias. Además, ofrece un entorno basado en estándares abiertos (OData, HTML5, JavaScript, etc.), que facilita el despliegue de cualquier aplicación de forma segura y en cualquier lugar.

Salto operativo y analítico gracias a SAP HANA Cloud Platform: “Proyecto Ulysses”

BeamSuntory es una empresa global líder en alimentos y bebidas. Fundada en 1795, cuenta con más de 4.400 empleados, una producción de 107 millones de cajas de 9 litros –equivalente a 375 piscinas olímpicas– y más de 4.000 millones de dólares en ventas globales. Es la tercera organización en el mundo en venta de bebidas espirituosas.

La compañía necesitaba un cambio tecnológico para poder abordar las nuevas necesidades del mercado y de los clientes. A pesar de que BeamSuntory tenía una infraestructura tecnológica potente, los últimos avances tecnológicos y el crecimiento a nivel global de la marca, habían provocado que los sistemas quedaran obsoletos para afrontar los retos de la nueva sociedad digital, se requería una visión 360 global de la cadena de suministro.

La necesidad de integrar la analítica de datos en un único punto, manteniendo la seguridad de los sistemas, agilizándolo la gestión de la información, mientras se mantenían los

sistemas tradicionales de Business Intelligence, se encontraban entre los principales retos a conseguir en este ambicioso plan. Para dar solución a esta problemática se optó por implantar SAP HANA Cloud Platform.

El “Proyecto Ulysses”, para BeamSuntory, de analítica en tiempo real con la plataforma SAP HANA Cloud, estuvo liderado por SCL Consulting y ha permitido sistematizar y automatizar grandes volúmenes de datos, a gran velocidad, de cara a la generación de informes y KPIs corporativos de su cadena de suministro, consiguiendo así una visión global y homogénea de todo el negocio.

Para abordar la transformación digital de cualquier compañía, uno de los objetivos clave debe ser no interferir en la operativa del negocio, sino que sea la tecnología la que se adapte a las necesidades de la empresa. Esta ha sido la filosofía llevada a cabo en el proyecto, que puede ahora gestionar altos volúmenes de datos con una gran eficiencia.



Javier Alonso
Marketing & Commerce Senior Advisor



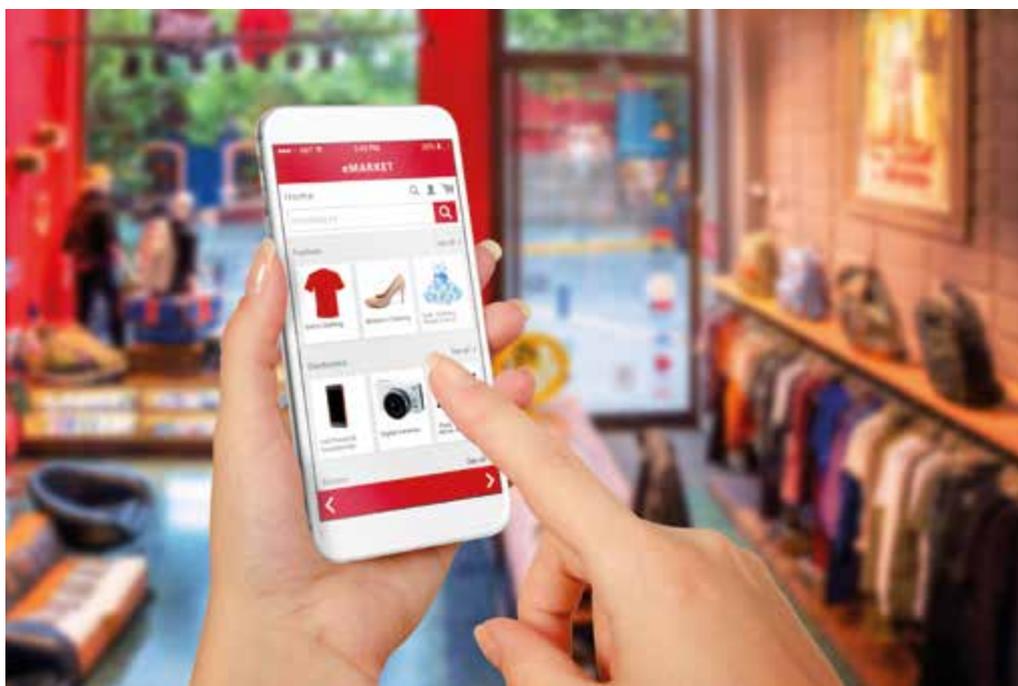
Seidor & SAP Hybris, la mejor combinación posible para impulsar un negocio multicanal

Seidor digital incluye dentro de su portfolio de productos a SAP Hybris, la suite de soluciones de comercio multicanal referente en el mercado para la mejora de la relación e interacción con los clientes.

Los nuevos hábitos de compra de los consumidores están modificando la forma en que las empresas se relacionan con sus clientes habituales y potenciales. Hoy en día, si una compañía quiere seguir siendo competitiva, independientemente de cuál sea su entorno de actividad, debe aprovechar la totalidad de canales a su disposición, bien sean canales tradicionales, como en el medio digital.

Este aprovechamiento de todos los canales para aproximarse al cliente y prestarle un mejor servicio obliga a que se mantenga una coherencia entre todos ellos. La experiencia del usuario debe ser completa y homogénea. No cabe preguntarle a un cliente por información que ya nos ha prestado anteriormente en cualquier relación previa con la compañía, indistintamente del medio por el que lo haya hecho. Las organizaciones deben conocer a sus clientes, su histórico, entender la forma en la que suele interactuar, sus intereses y de ser posible, adelantarse a sus demandas.

Este reto organizativo –la Experiencia del Cliente– lleva a dotarse de medios y herramientas de conocimiento en las compañías, así como de nuevos modelos organizativos y procesos de atención, que están impulsando la llamada Transformación Digital de las empresas.



En este sentido, las plataformas *ecommerce* constituyen una herramienta de gran valor para los negocios, ya que permiten añadir nuevos canales que completan el seguimiento de un perfil de cliente que se ha convertido en mayoritario. Hablamos del cliente omnicanal, ese perfil de comprador que antes de la adquisición de un producto se informa a través de su smartphone y/o tableta con el fin de conocer opiniones de otros compradores, compara con productos sustitutos, detectar posibles descuentos y aprovechar las ofertas disponibles en otros establecimientos.



En un contexto en el que el cliente es omnicanal por naturaleza, las empresas están obligadas a hacer evolucionar sus soluciones de comercio electrónico si quieren evitar la fuga de estos hacia la competencia. Esta necesidad plantea retos importantes como la capacidad de mantener una visión de marca única y consistente en todos los canales en los que se participa al mismo tiempo, así como la necesidad de desarrollar experiencias que supongan un valor añadido y que faciliten la decisión final.

En este sentido, SAP Hybris se posiciona como la solución para los comercios por excelencia. Se trata de una plataforma que recaba toda la información de los sistemas corporativos, sean SAP o no, para proporcionar una avanzada gestión de los datos de los clientes, desarrollar herramientas de marketing contextuales y aplicar procesos comerciales unificados para todos los canales. Esto ofrece, entre otras, herramientas específicas, tanto para un dependiente en la tienda, como para un comercial o visitador perteneciente a la fuerza de ventas de la empresa, para un operador telefónico, o bien utilizadas por el propio cliente final para su autoconsumo desde la Web o desde un dispositivo móvil.

SAP Hybris constituye una herramienta capaz de ejecutar todos los procesos de venta y se dirige a todo tipo de empresas.

SAP Hybris es capaz de dar respuesta a todo tipo de clientes (tanto en segmentos B2B –distribuidores, minoristas, almaceneros–, como B2C –consumidor final–) e incorpora una serie de paquetes “aceleradores” por sector industrial que posibilitan una puesta rápida de las soluciones que más se adecúan a cada necesidad de negocio. Gracias a ello, constituye una herramienta capaz de ejecutar todos los procesos de venta y se dirige a todo tipo de empresas. SAP Hybris se comercializa tanto para grandes organizaciones, como para PYMES en su versión “Edge”.

Con más de 20 años de experiencia en el entorno SAP y más de 2.000 clientes a los que ofrece estos servicios, Seidor se convierte en el partner referente para la implementación de soluciones SAP en nuestro país. La consultora es miembro de United VARs, recientemente convertido en SAP Platinum Partner, considerado el nivel más alto de colaboración posible con SAP.

Ganador del premio SAP Pinnacle Award 2016 en la categoría de Value-Added Reseller, Seidor combina su amplio conocimiento del entorno digital con un equipo experto en la implementación y manejo de las nuevas tecnologías, lo que lo convierten en el mejor aliado tecnológico.



Miguel Ángel Gómez
SAP Technology
Presales Specialist



Juan Carlos Lázaro
SAP Information Management
Presales Specialist



SAP Master Data Management, una solución clave en la empresa

Los datos maestros son el ADN de cualquier empresa. Según The MDM Institute, “Master Data Management se está convirtiendo en una estrategia de transformación del negocio como piedra angular de todos los procesos críticos y toma de decisiones de negocio”. Obtener una visión única de los datos maestros requiere una solución que pueda alcanzar un equilibrio entre los caminos en los que los datos maestros son originados y gestionados, y la forma en que se utilizan luego en las aplicaciones empresariales y analíticas.

SAP ofrece la solución de gestión de datos maestros empresarial más completa, una plataforma unificada que ofrece funcionalidad para la creación, gestión y consolidación de datos maestros. La plataforma SAP Master Data Management se refiere a la combinación de las soluciones SAP Master Data Governance (SAP MDG), SAP Information Steward (SAP IS) y SAP Data Services (SAP DS). De este modo, los datos maestros creados en sistemas de origen dispares puedan ser agregados, armonizados, y enriquecidos para su uso empresarial (por ejemplo, para la integración de datos de clientes en una vista de 360°, así como la consolidación de datos maestros en fusiones y adquisiciones, análisis de gastos, etc.).

SAP MDG permite la creación centralizada de datos a través de un proceso de creación central apoyado en las reglas de negocio definidas y con replicación basada tanto en atributos globales como locales a las aplicaciones de negocio. Por su parte, SAP DS y SAP IS proveen las mejores funcionalidades para monitorizar y gestionar la calidad de datos maestros tanto en online como batch, según unas métricas de procesos de negocio definidas, asegurando la confianza en los datos desde el inicio del proceso hasta el final de su ciclo de vida.

Estas soluciones pueden utilizar opcionalmente las capacidades avanzadas de la plataforma in-memory SAP HANA, desplazando hacia ella las operaciones que necesitan más recursos, como el profiling o la

consolidación de grandes volúmenes de datos, obteniendo un mejor rendimiento, además de una arquitectura más simple que se ejecuta en una sola plataforma tecnológica.

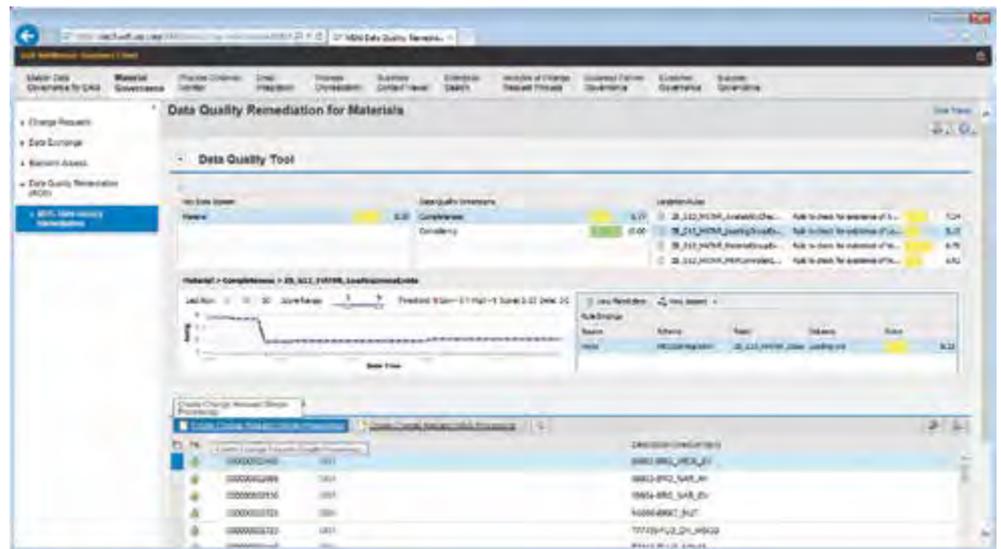
SAP MASTER DATA GOVERNANCE

SAP MDG representa la solución de datos maestros centralizada que ofrece las siguientes capacidades:

- Soporte nativo para **múltiples dominios** out-of-the-box (Financiero, Clientes, Proveedores, Materiales, Activos, Artículos –Retail–) con la flexibilidad para ser extendidos o para construir modelos completamente personalizados.



- **Área de trabajo temporal (staging area)** que permite mantener las modificaciones temporales y evitar discrepancias en los datos fuera del flujo de trabajo del proceso de gobierno.
- **Flujo de trabajo basado en reglas configurables** para crear modelos de procesos de gobierno para satisfacer las necesidades de los diferentes equipos de trabajo.
- **Interfaz de usuario final** disponible en un entorno de navegador que facilita a los usuarios de negocio las tareas de interacción con los datos como búsqueda, visualización, creación o modificación de nuevos objetos.
- **Motor de reglas de negocio** que proporciona un entorno de reglas configurables para crear reglas de validación y de derivación utilizadas en las comprobaciones de datos en tiempo real como por lotes.
- **Integración** con otros sistemas a través de mecanismos como servicios web, ficheros, XML y ALE / IDOC. Para realizar transformaciones complejas se puede utilizar SAP DS o incluso apoyarse en herramientas adicionales EAI/ESB.
- **Extensibilidad total** para acomodar los elementos específicos del cliente sobre la funcionalidad estándar entregada.



Como una solución única para el análisis de calidad de los datos, profiling, gestión de metadatos, análisis de impacto de origen a destino y de destino a origen, y catálogo de términos de negocio, SAP IS permite:

- **Reducir la complejidad general de su entorno IT** mediante la implementación de una solución única para el perfilado de datos y gestión de metadatos se puede eliminar la carga en su equipo de IT.
- **Capacitar a los usuarios de negocios** mejorando la colaboración entre los analistas y administradores de datos, a través de una mejor comprensión de cómo la calidad de sus datos afecta a los procesos y objetivos empresariales, pudiendo tomar medidas para mejorar la eficiencia y la rentabilidad.
- **Gobernar la información de la empresa** mediante la creación de reglas y directrices coherentes sobre quién puede acceder, cambiar, agregar, compartir o integrar la información. Data profiling ayuda a detectar errores en los datos, que a menudo indican áreas en las que los controles de gobierno deben ser ajustados.
- **Mejorar la transparencia de la información** mediante la evaluación de las consecuencias de los cambios en las estructuras de datos, lo que resulta en la reducción del riesgo y la mejora de la calidad de los datos y la toma de decisiones.

SAP DATA SERVICES

SAP DS es una plataforma agnóstica líder en el mercado para integración y calidad de datos de virtualmente cualquier sistema. Permite corregir los problemas de datos a medida que surgen, evitando problemas de calidad antes de que ocurran, y detectar datos redundantes, inconsistencias y errores dentro de cualquier aplicación.

También apoya al cumplimiento de las normas de calidad de datos cada vez que se crean, actualizan o se mueven los datos. Sus funcionalidades principales son:

- **Analizar, estandarizar, y corregir los datos** de cualquier fuente, dominio o tipo.
- **Validar** los datos de acuerdo con las reglas de negocio y los requisitos.
- **Enriquecer datos** con fuentes de datos internas o externas.
- **Encontrar coincidencias y consolidar** datos mediante la incorporación de controles de duplicación de datos directamente en los flujos de trabajo o aplicaciones.
- **Mover y administrar datos** de fuentes de datos analíticos y **Big Data** (como Hadoop y NoSQL) utilizando herramientas intuitivas, así como los **generados por máquinas, basados en texto y datos geográficos**.
- **Realizar controles de calidad de datos** en cualquier momento y en tiempo real.

SAP INFORMATION STEWARD

SAP IS es una solución líder en el mercado que ofrece capacidades avanzadas de monitorización de la calidad de los datos. A través de una interfaz web, SAP IS permite monitorizar, analizar y mejorar la integridad de los datos.

Teniendo en cuenta que el mundo actual es **digital**, el tiempo real ha tomado gran relevancia y, por tanto, es necesario garantizar que la toma de decisiones se base en información contrastada, relevante y libre de errores. La cuestión ahora es si las compañías confían realmente en la información que manejan, de manera que ésta se pueda utilizar para lanzar nuevas iniciativas, mejorar la relación con los clientes, cumplir con normativas legales, mejorar eficiencia de procesos, y sobre todo ahorrar en costes operativos.

Para poder superar este gran reto, es necesario establecer **“Excelencia en la información”** en las compañías digitales. Las **soluciones** de SAP permiten implementar un programa de gobernabilidad de la información que garantice una correcta toma de decisiones, mediante la definición de los **procesos** necesarios, el establecimiento de **políticas** alineadas con el negocio y la colaboración de las **personas** con los perfiles adecuados dentro de la organización.



Helmar Rodriguez Messmer
Design Thinker



Ignacio González García
Ingeniero de Caminos y Doctor en Psicología

La transgresión en la creación

Y se hizo el silencio... y entonces, solo entonces, nacieron todos los dioses y todos los universos... y los cielos devinieron cielos y la tierra se hizo tierra...

Hoy, lector, te invitamos a pensar en los nuevos modos de creación, acompañado por la memoria de un suceso real que convirtió en película de éxito David Lynch.

En 1994, un anciano de 73 años, Alvin Straight, que vivía en el tranquilo mundo del profundo medio oeste americano y a quien acompañaba su discapacitada hija Rose, viajó desde Laurens (Iowa) a Mt. Zion (Wisconsin), montado en su vieja segadora John Deere, para encontrarse con su hermano, con quien no se hablaba desde hacía más de 10 años y que había sufrido un infarto.

Antes de que la vida decidiera su destino se propone visitarlo pero, dada su mercedada visión y su precariedad económica, decide hacer el recorrido en su segadora de jardín; un trayecto de cientos de kilómetros que el anciano tardó más de 6 semanas en recorrer.

LA SORPRESA

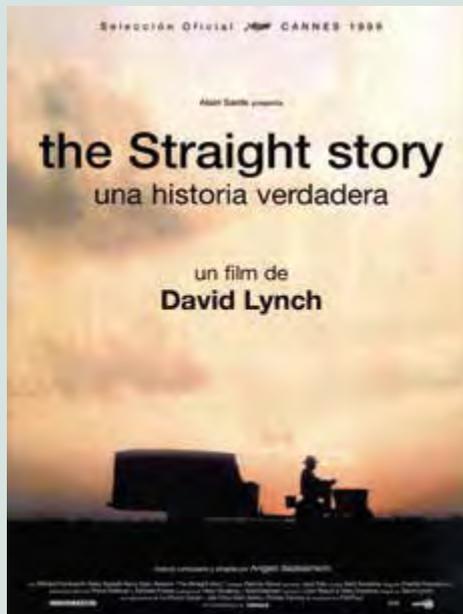
El espectador avisado, acostumbrado a un director creador de películas extrañas y oscuras llenas de personajes atormentados que sufren en paisajes misteriosos, en cuya espesa densidad habitan "monstruos" vivientes y cuya deformación conforma mundos oníricos y amenazantes, submundos obscenos del sexo, como a los que nos acostumbró en Twin Peaks, Blue Velvet, Mullholand drive o Eraser Head, queda sorprendido en el mismo momento en que lee los títulos de crédito:

"Walt Disney presenta una película de David Lynch"

¿Qué es lo que ha pasado?, ¿ha girado el mundo de modo que hasta Disney busca hacer caja con directores transgresores?, ¿la transgresión ha perdido mercado entre un público harto de ver provocaciones y blasfemias en los museos y al que nada puede sorprender?

Veamos esta paradoja:

Lynch sigue siendo Lynch, diseccionando la cotidianeidad y la aparente tranquilidad de sus personajes, aunque en esta ocasión gira la mirada y no se adentra en los infiernos anclados en lo real, da una vuelta a la perversión, en un movimiento de re-versión para mostrar la parte más luminosa de eso que se llama inconsciente.



LA ASÍNTOTA DE LA VERDAD

Una historia verdadera narra una historia inocente, siendo lo sorprendente que sea inocente y verdadera y lo hace con la rara y dichosa simplicidad del arte sin artificio.

El viaje de Alvin Straight (Richard Farnsworth) es una odisea del conocimiento, un peregrinaje en el que en cada parada se van desvelando las pasiones del viajero.

El conocimiento no se alcanza por reconocimiento, como pensaba Platón, de algo ideal que ha estado allí desde el inicio de los tiempos, esperando a alguien espabilado que lo reconozca, sino que es *creado*. Aparece en un "claro". Heidegger utilizó el término *Lichtung*, el claro o calvero del bosque. Cuando algo se hace "*etwas lichten*", se pone luz, se aligera el bosque que no nos deja ver. Si leemos *El final de la filosofía y la tarea de*

pensar, vemos al creador ante una puerta que le abre a un claro, "*Lichtung*", donde puede suceder algo que es verdad, su creación.

Un algo, para Hegel, es una cantidad que tiene una cualidad y la verdad es aquello que llega a ser por la razón. El creador hace una cosa, cantidad, que tiene una cualidad, que es la verdad de lo que hace pues si no fuera así lo que habría hecho es una falsedad o un simulacro.

Los filósofos alemanes son muy pesados y duros de leer. Listos como ellos solos, pero pesados. Como en el ascenso al Kilimanjaro, merece la pena subir a sus obras por la vista que se alcanza, pero no

deja de ser una molestia. De ellos tomamos que Alvin Straight (que, además, significa recto, derecho), se encuentra ante una puerta en su vida, cubierta por árboles, su edad, su pobreza, su artritis, que está peleado con su hermano, pero abre un claro y da un paso con lo que tiene.

¡Eso es crear! Crear no es pedir un préstamo al vecino para ir en autobús, ni ir a llorar al alcalde. *Es tomar lo que se tiene, abrir un claro, arrojar luz y dar un paso.*

Crear es iniciar un peregrinaje físico y psicológico; Alvin es un creador porque no simplemente recorre el trayecto de Iowa a Wisconsin en su externalidad, sino también porque excava en la internalidad de sus profundas motivaciones para hacerlo completo, de inicio a fin.

En las *Lecciones sobre la Filosofía de la Historia* Hegel enseñó que son las pasiones las que señalan el fin. Las motivaciones se van encontrando en el camino, como las gasolineras. Es la pasión la que decide el punto de vista, lo alto, lo bajo en este caso de una segadora de jardín y el ritmo eficaz para llegar que destaca frente al apresuramiento de las (otras) vidas, que le van encontrando y pasando, de largo, en la carretera.

LA GRAN PERVERSIÓN

Fijémonos en el título de la película. No es “La historia de Straight”, esto es la historia del señor Straight, sino “La recta historia” que ha sido desvirtuada en la traducción como “Una historia verdadera”. Straight, que significa derecho, pero también honesto.

Puede ser -así lo plantea S. Žižek, el genial filósofo esloveno en “Cuando lo Honesto es lo Siniestro y la Psicosis lo Normal”- que la ética sea hoy la más atrevida de las conspiraciones, que lo recto sea la mayor perversión y que Disney, el arquetipo de las películas para niños, se una con lo que hoy es la cúspide de la perversión. Ser recto. No adaptable, ni maleable ni sobornable ni razonable. Recto. Punto.

En el camino que sigue el recto sendero acompañaran a Alvin sus fantasmas, la mujer que atropelló un alce, los soldados que mató en la guerra, la niña embarazada.

Cuando te levantes para crear una cosa nueva, para cruzar la puerta hacia tu nuevo proyecto, el inconsciente encontrará razones para evitar tu avance, para frenar tu pasión: la comodidad, las inquietudes económicas, la vanidad, la duda, el miedo, pero éstas son las mismas y únicas fuerzas que te permitirán avanzar, apoyándote *en tus propios límites*, como los barcos en su borda para ganar barlovento, siempre con un fin, siempre con el sentido del viaje y de su verdad.

LAS RELACIONES

Tenemos, por no serlo, grande admiración por los juristas y los trapezistas. Los primeros después de decir que todos debemos cumplir lo acordado *“pacta sunt servanda”* dicen una cosa muy sabia. “Lo que las cosas son, son lo que son y no lo que las partes dicen que son”. Las cosas son lo que son y no lo que tu equipo y tus clientes dicen que son.

Hoy cuando tú y tus clientes o cuando tú y tus colaboradores o cuando tú y tu pareja acordáis algo, ese algo sirve para bastante poco, por un motivo extraño. Esta novedosa situación o al menos uno de sus tipos fue filmada por Rafael Gil, con guión construido sobre idea de Enrique Jardiel Poncela, con el sugestivo título *“Tú y yo somos tres”*.

Alvin no va a ver a su hermano porque le quiera o porque le apetezca, sino porque tiene *una relación con él*. Mala, pero una relación.

Hasta hace unos años la parte de la pareja perjudicada en un divorcio solicitaba compensación “porque había aportado estabilidad”, porque había ayudado a crear algo, la relación. Con brillantez sin precedentes la ex pareja de la tristemente fallecida Winnie Whinehouse, Black Fielder, le pidió tras el divorcio seis millones de libras argumentando que sin los terribles disgustos que le había dado, la cantante no hubiera pasado de componer cancioncillas y baladas en vez de los blues desgarradores que la hicieron famosa.

Microsoft acaba de comprar LinkedIn por 23.260 millones de euros, más o menos a 60 dólares por usuario. Si tomamos la parte de los usuarios españoles, cuatro millones, el valor correspondiente, 240 millones de euros, es cuatro veces mayor que el de la mayor finca de España, que parece ser de un caballero inglés, el duque de Cavendish. Microsoft piensa, como Alvin, que las relaciones, las buenas y las malas son y que son lo que son y no lo que las partes dicen que son. También Microsoft, por otro motivo al de Alvin, valora las relaciones.

Ashley Madison, el portal de citas entre personas infieles, realiza -así lo explicó su creador- un control de calidad de los usuarios para asegurar que sus usuarios sean verdaderamente personas infieles. Adúlteros pata negra. Pretende evitar que personas solteras o divorciadas, solitarias o amorosas perjudiquen a la sociedad enamorándose cándidamente tras los encuentros y causen con pasiones gastos de divorcio. La plataforma cuida la calidad de una base de datos de relaciones *verdaderamente infieles*, presentándose ante los potenciales engañados como una bendición, como garantes de que, puestos a tener que padecer el daño de la traición, es

mejor que sea un daño quirúrgico, y no la infecciosa y costosa actividad sobre la traidora pareja del amor puro. Con la misma profesionalidad que un fabricante de venenos retira los caducados sin entrar a pensar si los caducados son más venenosos o menos, Madison elige adúlteros de calidad, garantiza relaciones de un tipo.

LA NUEVA CREACIÓN

Tienes que crear cosas o relaciones que sean lo que son, que tengan en sí la verdad de su ser. Identifica cerca de ti un sitio sin “árboles”. ¡Haz un claro!

Cierra los ojos para ver la luz que muestra el camino recto y sencillo. Recto y sencillo. Recto y sencillo. Piensa si lo que vas a crear son cosas o relaciones. Hoy las dos cosas son. Antes las cosas eran un ser-ahí, ahora son un ser-ahí-en-relación. Hoy lo importante es crear relaciones que sean lo que son y no lo que parecen, porque tú y tu cliente... porque tú y tu pareja, SOIS TRES.

¡Muévete!

MORALEJA

¡CREA!. Cosas y relaciones.

¡PERVIÉRTETE!, en la segunda acepción de la Real Academia.

¡No hay mayor perversión, HOY, que el camino recto!

¡No perviertas las relaciones!

¡Qué cosas!





Gonzalo M. Flechoso
Marzo & Abogados

Marzo & Abogados
DISEÑO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Delegado de Protección de datos, nueva posición obligatoria en la empresa

El nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos trae importantes novedades y cambios en relación con la privacidad y las obligaciones que deberán cumplirse a la hora de manejar datos de carácter personal. Y aunque entró en vigor el pasado mes de mayo, su aplicación no se producirá hasta dentro de dos años, es decir, mayo del año 2018. A partir de esa fecha, algunas empresas tendrán que nombrar un Delegado de Protección de Datos, conocido también como Data Protection Officer (DPO).



Cuando las medidas que hay que implementar para proteger los datos personales son de nivel medio y alto, la actual normativa sobre protección de datos exige el nombramiento de un responsable de seguridad, cuyo principal cometido es la supervisión de las medidas técnicas y organizativas. Ahora, esta nueva figura del Delegado de Protección de Datos abarcará un ámbito mayor, tanto por su perfil como por las funciones que le atribuye el nuevo reglamento europeo de protección de datos personales.

Entre sus funciones figuran la de informar y asesorar sobre las obligaciones que el responsable del fichero, el encargado del tratamiento y los empleados de ambos, deben cumplir a la hora de manejar los datos de carácter personal. También deberá supervisar y controlar cualquier normativa relacionada con la privacidad de los datos, labor que le obligará a conocer todos los procedimientos internos de la empresa a la hora de manejar los datos personales, así como a asignar responsabilidades a las personas que operan con

los datos, aparte de concienciarles y formales. El DPO, además, tendrá que intervenir en las evaluaciones de impacto y en las auditorías que se realicen.

El reglamento europeo deja muy claro que su trabajo debe realizarse con total independencia, obligando a la empresa a prestarle todo los recursos necesarios para desempeñar su trabajo y teniendo únicamente que reportar sus conclusiones a la dirección de la compañía, guardando siempre el secreto y la confidencialidad de todo lo que conozca.

Además de estas funciones internas en la empresa, también se le asignan otras externas, ya que deberá ser el contacto entre la empresa y la Autoridad de Control o Agencia de Protección de Datos, siendo él quien plantee a este organismo las dudas que surjan a la hora de cumplir con la privacidad. Asimismo, tendrá que estar a disposición de los afectados o interesados, es decir, las personas cuyos datos se recaban y son manejados por la empresa, por lo que deberán incluir sus datos de contacto en las leyendas, cláusulas y políticas que se elaboren en la compañía para informar del tratamiento de sus datos personales.

No obstante, no todas las empresas deberán nombrar a un DPO por el mero hecho de manejar datos de carácter personal, al no ser una obligación generalizada para todas las empresas. Sólo estarán obligadas a nombrarlo los organismos públicos, aquellas empresas que manejen datos, de cierta naturaleza y para ciertos fines, de una gran cantidad de personas y aquéllas que utilicen un gran número de datos de los denominados especialmente protegidos, es decir, los de origen racial, políticos, religiosos, afiliación sindical, y los relativos a la salud, vida sexual, genéticos o biométricos.

El reglamento no deja claro ciertas situaciones en las que la empresa estará o no obligada a nombrar a esta figura, pero sí la calificación de las personas que podrán desempeñar esta labor. En este sentido, permite que sea un trabajador de la propia empresa o alguien externo que realice estas labores en virtud de un contrato de servicios. No es incompatible con otras funciones cuando éstas no entren en conflicto con la privacidad de los datos, pero sí establece que deberá tener conocimientos en derecho y práctica en las funciones que debe desempeñar.

Mientras que la figura del responsable de seguridad del actual reglamento de desarrollo de la LOPD, se entiende que es de un perfil técnico por estar vinculado a las medidas de seguridad, el delegado de protección de datos tiene un marcado perfil jurídico, aunque también debería contar con conocimientos técnicos, dado que muchas de las acciones llevadas a cabo con los datos personales se realizan a través de dispositivos o sistemas informáticos, cuyo conocimiento será imprescindible para poder cumplir con todas las funciones que le asigna el nuevo reglamento europeo de protección de datos.

Hay que destacar también que el reglamento no menciona cuál es la responsabilidad del delegado en relación con las decisiones y acciones que lleve a cabo al desempeñar su trabajo, a diferencia de la actual normativa de protección de datos, que deja claro la no responsabilidad de la figura del responsable de seguridad en cuanto al cumplimiento de las obligaciones de privacidad, trasladando ésta a la empresa que es la responsable de la información que maneja.

aprovechar la potencia de SAP

en todas las facetas de su empresa

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

NUESTROS ASOCIADOS



INFORMACIÓN PERSONAL

- **Lugar de nacimiento:** Madrid, el 23 de mayo de 1968
- **Aficiones en su tiempo libre:** Cuidar de mi huerto, salir con la bici e ir al gimnasio (bodycombat).
- **Restaurante a recomendar:** "El Comité", un restaurante clásico de cocina estilo francesa con un ambiente tranquilo y muy buen servicio, ideal para comidas de negocios. Muy recomendable su steak tartare.
- **Escritor preferido:** Me gusta mucho la novela de fantasía. Entre las mejores que he leído se encuentra la saga de "Los secretos del inmortal Nicolas Flamel", de Michael Scott. También disfruto la novela de intriga histórica. Recomiendo a Eva García Sáenz de Urturi, novelista autora de "La Saga de los Longevos" (muy, muy recomendable) y "Pasaje a Tahití).

Valentín García

Valentín García se incorporó en el año 2014 a Mantequerías Arias y dos años más tarde se convirtió en IT Manager de la compañía, que utiliza el software ERP para gestionar su operativa diaria. Con el uso de SAP, la firma de productos lácteos ha logrado disponer de un dato único, pero también mejorar sus procesos. A lo largo de esta entrevista, el IT Manager nos habla sobre qué proyectos están priorizando este años y qué espera de AUSAPE como nueva empresa asociada.

¿Desde cuándo es su compañía usuaria de SAP?

Implantamos SAP en 2005, y fuimos, tras nuestra subsidiaria de Alemania, la segunda filial en utilizar el software dentro del Grupo SAVENCIA. Tenemos implementados los módulos SD, MM, PP, FI, CO y CO-PC.

¿Por qué eligió la compañía SAP como su proveedor de software de gestión y qué le llevó a seleccionar otras soluciones del fabricante?

En Mantequerías Arias hicimos una selección de ERP, en la que valoramos distintos aspectos de cuatro soluciones. Entre los aspectos que más valoramos, además de su cobertura funcional, fueron la integración de los módulos, la evolución de las versiones, la cobertura legal y la amplia cobertura de implantadores en el mercado.

Háblenos de su experiencia con SAP, ¿qué fines perseguía la empresa?

Nuestro objetivo principal era la consecución del dato único, ya que anteriormente contábamos con distintos sistemas transaccionales que tenían que integrarse y "cuadrar" la in-

formación procedente de éstos consumía muchos recursos. En aquel momento también queríamos reducir nuestra infraestructura de hardware.

¿Cuáles son los principales beneficios que ha obtenido tras la implementación de SAP con la tecnología SAP?

El principal beneficio es el resultado asociado a la consecución de nuestros principales objetivos. Ahora tenemos un dato único, y todos sabemos que el dato "verdadero" es el que está en el sistema SAP.

Por otra parte, con la realización del proyecto de implantación, obtuvimos un conocimiento real de los procesos de la compañía con lo que pudimos mejorarlos y, en consecuencia, hemos podido elevar los niveles de servicio hacia nuestros clientes.

Otra mejora para nuestro Departamento fue la "apropiación" de los conceptos de los entornos de Desarrollo, Test y Producción, gracias a la facilidad del sistema de transporte de órdenes.

¿Qué retos afronta el departamento de IT de su empresa en 2016 y qué proyectos tecnológicos van a priorizar?

Para 2016 y 2017 tendremos que analizar la posibilidad de incorporar SAP HANA, revisaremos procesos de fábrica para ofrecer más movilidad con SAP FIORI y, seguramente, daremos un impulso a SAP Business Information Warehouse, que ahora lo tenemos en test

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

Nos hemos incorporado este año a AUSAPE, pero esperamos que nos sirva como una fuente para poder mantenernos informados de lo que pasa en el mundo SAP fuera de Arias.



COORDINADOR DEL GRUPO DE TRABAJO INDUSTRIA 4.0

Como explica Valentín García, Mantequerías Arias se ha incorporado recientemente a AUSAPE. En este breve periodo de tiempo, él y su compañía se han involucrado activamente en la creación de un nuevo Grupo de Trabajo en el seno de la Asociación: Industria 4.0, del que él es Coordinador.

Un Grupo cuyo nacimiento se debe “a las novedades tecnológicas que se están produciendo en el entorno industrial y en el que SAP está aportando soluciones. En este foro queremos, primero, conocerlas y ver que nos pueden ofrecer, y

después comentarlas con el resto de Asociados”.

Su primera reunión tuvo lugar el pasado 11 de mayo y en ella se expusieron la estrategia y las soluciones de SAP para dar cobertura a este nuevo paradigma de negocio, con ponencias sobre Internet de las Cosas, Industria 4.0 y SAP Connected Manufacturing, SAP Manufacturing Integration & Intelligence, y SAP Manufacturing Execution. Además, también se abordará el tema del servicio y mantenimiento predictivo de aplicaciones.

DE UN VISTAZO

Empresa: Mantequerías Arias, S.A.

Sede: Sede central en Madrid (Calle Pedro Teixeira, Plantas 8 – 9). Fábricas en Asturias, Burgos, Valladolid, Albacete y Málaga (Ronda).

Sector: Fabricación y Comercialización de productos lácteos.

Facturación en 2014: Aprox. 130 millones de euros

Empleados: Aproximadamente 500

Web site: www.arias.es



Hecho con Cariño
desde hace

25 años

Alicia Asín

CEO de Libelium, fabricante de soluciones para redes inalámbricas de sensores para Smart Cities y el Internet de las Cosas



Internet de las Cosas puede mejorar la transparencia y democracia

Con la cantidad de datos que estamos generando en la Red, estamos al borde del peligro por la sobrecarga de información. ¿Qué ocurrirá cuando tengamos 50 billones de dispositivos conectados a Internet generando trillones de datos?, ¿seremos capaces de extraer información útil? Si el Big Data es el camino para transformar los negocios y la sociedad, el Open Data desempeñará un papel fundamental para asegurar que la información sea realmente accesible y abierta para todos.

Con el progreso tecnológico nuestro mundo está viviendo otra revolución y los ciudadanos reclaman mayor transparencia e igualdad. En este sentido, los datos sólo serán abiertos si alguien es capaz de utilizarlos libremente, reutilizarlos y redistribuirlos por igual.

Si aplicamos este concepto a la gestión de las ciudades inteligentes, el uso de los datos existentes en la Red podría fomentar la creación de nuevos modelos de negocio. De esta forma, el Open Data debe considerarse como una potencial mina de oro para la gestión de la economía local.

Pero aún hay más. El uso de Open Data no sólo fomenta el desarrollo económico a través de modelos de negocio que antes no existían sino que favorece la transparencia informativa para los ciudadanos. Si los billones de sensores que pueblan nuestras ciudades generan Open Data, deberíamos poder tomar decisiones basadas en las mediciones que registran.

Imaginemos que un gobierno preocupado por la congestión del tráfico y las emisiones de CO₂ de los vehículos decidiese activar un sistema de peaje y de aparcamiento inteligente en la ciudad para reducir los atascos y la contaminación. Si las cifras de contaminación y de volumen de tráfico fueran accesibles para el público y conociésemos el coste de la inversión en los sistemas de peajes y de parking, los ciudadanos tendríamos información útil para valorar las decisiones políticas y evaluar mejor la gestión pública de nuestros gobernantes.

En conclusión, es cierto que tenemos acceso a más información que antes. Pero resulta muy difícil entenderla para los no expertos. ¿Es la sobre-información una nueva forma de ocultar información? Me temo que es un nuevo fenómeno y no es algo nuevo derivado del Internet of Things. El problema es que si los ciudadanos no mostramos sentido crítico y demandamos información contextualizada, estamos totalmente a merced de la manipulación de los datos.

Por ello, si demandamos un contexto y hechos en lugar de simples números, el mayor legado del Internet de las Cosas será un mundo más transparente y democrático.





Making HR Work Better

NorthgateArinso es un proveedor global líder en el Mercado de Software y Servicios de Recursos Humanos que ayuda a que las empresas transformen sus operaciones clave de RRHH a través de soluciones innovadoras de negocio.

Ayudamos a nuestros clientes a optimizar los servicios de RR.HH. a través de procesos más inteligentes y una tecnología más eficaz, dando soporte a áreas clave de RR.HH. como Administración de Personal, Nómina, Beneficios, Contratación, Formación y Gestión del Talento.

Lo que nos hace únicos es “The NGA Advantage”: Una combinación de nuestra amplia experiencia y conocimiento de los RRHH, plataformas y aplicaciones de la más avanzada tecnología y un portfolio global de servicios flexibles.

“ La diferencia entre las expectativas del cliente omnicanal y los servicios ofrecidos por las empresas es cada vez mayor

Crea una experiencia digital personalizada, contextualizada y en tiempo real para tus clientes ”



¿Quieres saber cómo?

Ponte en las manos expertas del equipo internacional de Seidor digital y te ofreceremos atención personalizada adaptada a las necesidades de tu negocio.

¡Contáctanos!
info@seidor.es