

La tecnología impulsará una nueva normalidad saludable, sostenible e inteligente

POR RAMÓN PRAT

Director de Seidor SAP Services

La nueva normalidad es un término que ha surgido con fuerza a raíz del impacto de la Covid-19 en nuestra sociedad. En una sociedad bajo amenaza, nos refugiarnos en la esencia que nos une: los lazos de solidaridad entre personas. Las organizaciones impulsaron, durante lo más cruento de la pandemia, acciones que reforzaron un impacto positivo en sus respectivos entornos, poniendo en valor a sus equipos y desarrollando modelos de gestión donde se tuviera en cuenta aspectos como la conciliación o la flexibilidad, cuidando así la salud de las personas que empleaban. Sabían que, en momentos de crisis, mantener los vínculos emocionales son fundamentales para recomponerse.

En momentos de crisis, mantener los vínculos emocionales son fundamentales para recomponerse

mos visto sacudidas. Las comunidades de consumidores han experimentado un despertar de la conciencia, más concienciadas sobre nuestra finitud y la importancia de una comunión entre ser humano y naturaleza, valorando el impacto de las empresas en sus entornos inmediatos. Organizaciones responsables, comandadas bajo unas directrices éticas y cuya honestidad y transparencia sean demostradas a diario, ha afianzado durante estos largos meses los lazos con sus públicos objetivos.

Y en este contexto, la sostenibilidad se ha convertido en un todo. Ya no atañe solo, como aún piensan muchas personas, a un asunto exclusivamente medioambiental -que también-, atañe a una manera de entender el modelo organizacional de las compañías. Una organización sostenible es aquella capaz de optimizar sus procesos, ser ágil a la hora de transformarse y exhibir preocupación por fidelizar su talento, al final, las personas que definen la organización.

LA NUEVA NORMALIDAD TECNOLÓGICA

La propuesta de Seidor es usar la tecnología como palanca transformadora, siendo muy conscientes de que la tecnología es una herramienta -quizás la mejor de la que dispone el ser humano- pero el verdadero espíritu transformador reside en las personas. Durante el Fórum AUSAPE tenemos una ventana inigualable, la oportunidad de explicar por qué la tecnología influye en pro-

Esta reacción colectiva y toma de conciencia social no es casual. La vuelta a la esencia del ser humano marca también el futuro de las organizaciones. Todas las personas nos he-

cesos netamente humanos y cómo esa transformación ha de tener una orientación estratégica más allá del puro valor del negocio. De poco valen las bases de datos sin una gestión transparente, de poco vale optimizar un proceso de distribución si no respeta a todas las partes implicadas, de poco vale tener al cliente más cerca si no lo respeta en el fondo y en la forma.

En esencia, los casos de éxito que comentaremos en el encuentro de cabecera de AUSAPE son ejemplos de cómo la tecnología transforma en una dirección más humana a las organizaciones. Analicemos los casos de éxito que comentaremos para comprender mejor esta transformación.

En el caso de Damm, que abrió nuestros encuentros en el evento, la implementación de SAP Vistex ha propiciado una gestión de los acuerdos comercial con sus clientes mucho más ágil y segura. Esta decisión estratégica evita desplazamientos, ahorra tiempo y flexibiliza las condiciones que permiten acelerar los acuerdos comerciales entre organizaciones, implantando metodologías sostenibles en los procesos. Pero, ante todo, fomenta entornos donde la confianza y la transparencia son fundamentales.

El ejemplo de KH7 es también paradigmático de esta transformación cultural, pues ha impulsado la gestión de sistemas de climatización y residuos con la implantación de S/4HANA, lo que potencia la economía circular y la gestión sostenible. En empresas de sus características, con especial vinculación con el medio ambiente, se comprende como

un paso fundamental a nivel de gestión, que refuerza además su prestigio como marca.

De poco valen las bases de datos sin una gestión transparente





Comentemos el caso de Grupo RUBI, cuya apuesta por la digitalización ha sido clave para su crecimiento, un ejemplo fidedigno de esta nueva normalidad, pues ha transformado sus procesos de planificación y presupuestos con SAP Analytics Cloud, situando a la sostenibilidad como eje vehicular. Así, sus procesos de generación de presupuestos son más flexibles, sostenibles y cooperativos, en un claro ejemplo de que la analítica ha de ser interpretada en clave de personas, algo que aún no consigue un robot.

El ecosistema empresarial va en una dirección inequívoca, la de negocios con un propósito que genere valor social

Otro encuentro interesante se producirá cuando charlemos con Marc Serra, IT Business Partner de AC Marca, cuya apuesta por la tecnología conlleva la eliminación de tareas repetitivas a través de SAP IRPA, contribuyendo al bienestar y la satisfacción de las personas que trabajan en la compañía. Y es que la desmecanización supone importantes ventajas en cuanto a satisfacción laboral, fidelizando los equipos humanos y centrándolos en la generación de valor.

No me resisto a comentar, también, el ejemplo de Fórum Sport, compañía especializada en la venta de primeras marcas de material deportivo, el desarrollo de una estrategia omnicanal, haciendo hincapié en el universo digital, acerca a la empresa a sus clientes de manera más cómoda y directa. Esta estrategia tiene un carácter bidireccional, pues hace más cómoda la labor de sus equipos.

Y, por último, hablar de Tubacex, cuyo proceso de expansión internacional solo contemplaba la vía de un crecimiento sostenible, con procesos cooperativos y homogeneización de sus dinámicas de trabajo. La tecnología de SAP Business One posibilita la cohesión entre realidades diferentes, respetando sus idiosincrasias particulares y uniéndolas a través de la tecnología.

GENERAR VALOR SOCIAL

No es casual que las necesidades de estas organizaciones tengan un fondo sostenible en la mayoría de los casos, como



tampoco es casual que la respuesta de Seidor sea proporcionarle inteligencia colectiva alineándose con sus valores.

Como podemos comprobar, el ecosistema empresarial va en una dirección inequívoca, la de negocios con un propósito que genere valor social, con sistemas de gestión éticos y visión a medio y largo plazo. No se trata de una tendencia, no es una moda comunicativa, es, sencillamente, la nueva normalidad.

¿Hasta qué punto ha influido un impacto del calado de la pandemia? No lo sabemos si esta coyuntura responde a inercias preexistentes, lo que sí sabemos es que la crisis sanitaria ha acelerado todos los procesos y ha impulsado a organizaciones a menudo estáticas a tomar decisiones. El temor al cambio se ha volatilizado en una realidad donde la toma de decisiones era una obligación.

En definitiva, las empresas se están transformando y la realidad ya no bifurca a negocios y sociedad en dos universos paralelos. Este nuevo escenario nos conduce a las empresas que trabajamos con tecnología a elevar más si cabe nuestra excelencia y a conectar nuestro propósito con el propósito de otras organizaciones, propiciando entornos de crecimiento común y velando por un futuro sostenible. ■

