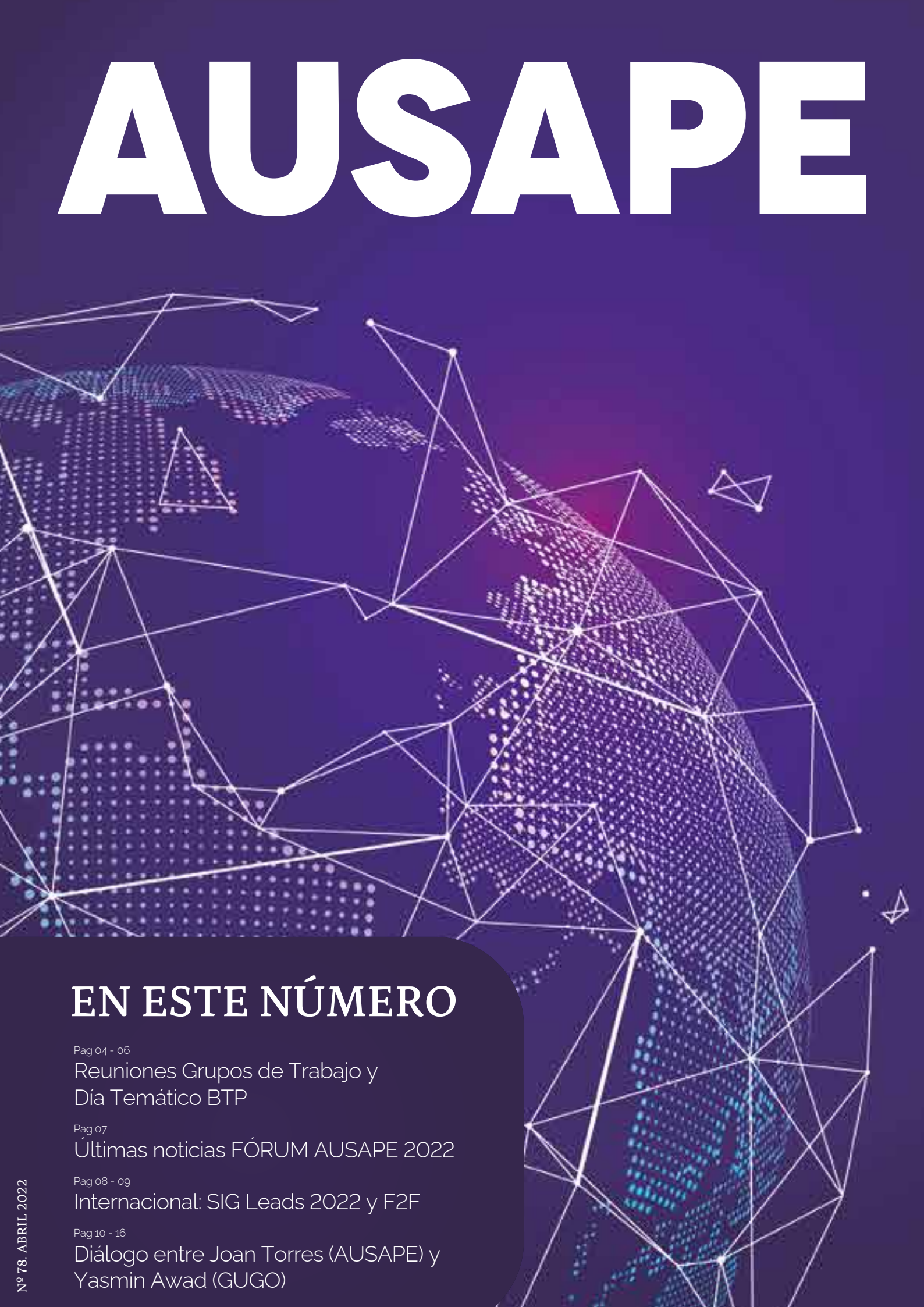


AUSAPE



EN ESTE NÚMERO

Pag 04 - 06

Reuniones Grupos de Trabajo y
Día Temático BTP

Pag 07

Últimas noticias FÓRUM AUSAPE 2022

Pag 08 - 09

Internacional: SIG Leads 2022 y F2F

Pag 10 - 16

Diálogo entre Joan Torres (AUSAPE) y
Yasmin Awad (GUGO)

Descubre al líder de soluciones SAP en España



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



minsoit

An Indra company

Las mujeres y el futuro del sector TI

POR **SANDRA ISART**

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



Estimado/a asociado/a,

El ámbito tecnológico se encuentra en un momento único de desarrollo y, a la vez, afronta el reto de impulsar la presencia de mujeres. Las mujeres graduadas en carreras STEM entre los 20 y los 29 años son sólo el 11,9% del total, un porcentaje similar al de aquellas que ocupan puestos de dirección en empresas de Tecnología y Telecomunicaciones: el 11,5%.

Paralelamente, el sector TI encara un déficit de talento que se ha agudizado con la pandemia. Mientras un gran porcentaje de puestos quedan sin cubrir, cada vez resulta más difícil atraer y retener a profesionales especializados.

Dos retos que están relacionados; un reciente estudio revelaba que en España se necesitan al menos 120.000 mujeres con un perfil especializado en tecnologías de la información. Favorecer la incorporación de mujeres al sector TI y reducir la brecha de género contribuiría, por tanto, a resolver el problema de la escasez de talento tecnológico.

En AUSAPE queremos contribuir a este fomento de la presencia femenina en el mundo STEM, potenciando asimismo la participación de las mujeres dentro de los asociados y en los Grupos de Trabajo y Delegaciones de nuestra asociación.

Para ello, hemos puesto en marcha una nueva vocalía de Mujer y Tecnología, que coordinaré y que llevará a cabo iniciativas de difusión de referentes tecnológicos femeninos, de análisis de la situación de la mujer en el mundo TI y de impulso a la paridad, entre otros objetivos.

Junto a ello, la vocalía que coordinaré en los dos próximos años acometerá el desarrollo y potenciación de la Formación y el Empleo, dando respuesta a las demandas de los asociados, que ven en las acciones formativas una importante aportación de valor añadido a la pertenencia a AUSAPE. Estamos trabajando junto a SAP en acuerdos de formación en condiciones preferenciales para nuestros asociados con organizaciones homologadas. Y en lo relativo al empleo, vamos a promover iniciativas para conectar a las empresas demandantes de perfiles técnicos con personas con habilidades en las tecnologías de SAP e instituciones formadoras.

Todo ello sin dejar de lado otras iniciativas que son seña de identidad de AUSAPE. Nuestros vocales, coordinadores y delegados están presentes en los grandes encuentros internacionales del ecosistema SAP de esta primavera: el SIG Leads y el F2F SUGEN. Y hemos inaugurado los eventos presenciales este año con una reunión del grupo Financiero en Barcelona, dedicada a las Novedades y Avances en Localización, y además, continuamos con los Días Temáticos comenzando por el grupo de BTP. Toda la información de estas y otras iniciativas la podéis encontrar en estas páginas.

Un fuerte abrazo.

CONSEJO EDITORIAL

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

COLABORADORES

Javier García Barbero
Mercedes Aparicio
Jesús Álvarez
Aida Bautista
Candela Serrano
Laura de Vega

DIRECCIÓN

Junta Directiva AUSAPE

DIRECCIÓN DE ARTE
Tasman Graphics

PUBLICIDAD
gestor@ausape.com

REDACCIÓN

comunicacion@ausape.com

DEPÓSITO LEGAL
M-10955-2007

EDITA
AUSAPE

IMPRIME

Advantia

AUSAPE
www.ausape.com

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

AUSAPE, abril de 2022

AUSAPE
Pag 04

Entrevista
Pag 10



Diálogo entre Joan Torres (presidente de AUSAPE) y Yasmin Awad (SVP Global User Groups Organization)



Paco Sola, Director de operaciones de Altim, analiza cuál es la situación actual de las últimas tecnologías

Casos de éxito
Pag 24

Y también en este número...

Helmar Rodríguez

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

Ana Marzo

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

En profundidad
Pag 30

El virus de la mente
Pag 46

En Presencia de la Verdad

Rincón Legal
Pag 50

La persona consumidora vulnerable y su tratamiento legal en la normativa de consumo

Firma invitada
Pag 52

El límite sólo está en nuestra imaginación



04 Vuelven las reuniones presenciales con la sesión del grupo Financiero

05 La migración a S/4, a examen en el Grupo de Trabajo de Sector Público

06 Los Días Temáticos AUSAPE regresan en una jornada dedicada a BTP

07 Sevilla, 1 y 2 de junio, cita para el Fórum AUSAPE 2022

08 El SIG Leads 2022 reunió un año más a usuarios y expertos de SAP





Entregando excelencia en servicios SAP a nuestros clientes y colegas

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

#WeAreDXC



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

Vuelven las reuniones presenciales con la sesión del grupo Financiero

El Grupo de Trabajo Financiero de AUSAPE organizó el 29 de marzo en el hotel Abba Sants de Barcelona la primera reunión presencial del año de nuestra asociación. Una jornada que contó con cinco ponencias expuestas por los expertos de SAP Victoria Golobart y Francisco Hurtado.

La reunión, presentada por Sara Antuñano, coordinadora del grupo Financiero, arrancó con la exposición de Victoria Golobart sobre la solución de SAP Legal Change Notification as a Service (LCNaaS). LCNaaS es el canal oficial de SAP para informar a clientes y partners sobre los cambios legales en los diferentes países y productos, así como de la respuesta de SAP a estos cambios. Permite aplicar filtros y crear variantes con las búsquedas frecuentes, y dispone de notificaciones y una versión app.

A continuación, Francisco Hurtado y Victoria Golobart hablaron sobre los requisitos que deben adoptar los sistemas y programas informáticos y electrónicos que soporten los procesos de facturación, a raíz de las nuevas obligaciones impuestas por la Administración tributaria. El proyecto de Ley de Creación y Crecimiento de Empresas establece que todas las empresas y autónomos deberán expedir y remitir facturas electrónicas en sus relaciones comerciales B2B. Facturas que deberán cumplir con lo dispuesto en una nueva normativa que atañe a los sistemas de facturación y al contenido de las mismas. El objetivo último es garantizar la seguridad, trazabilidad, legibilidad y accesibilidad de la información, para reducir el fraude realizado mediante software de supresión de ventas.

En la tercera parte de la jornada, se trató sobre el DRC (Document & Reporting Compliance). SAP DRC es, en palabras de los representantes de la compañía, un producto que reúne los documentos electrónicos e informes legales para cumplir con los requerimientos legales que van surgiendo. SAP DRC combina dos soluciones: SAP Document Compliance y SAP ACR (Advanced Compliance Reporting). También dispone de una solución SAP S/4HANA DRC Statutory Reporting para gestionar los informes legales dentro de DRC.



Así, SAP DRC cubre todo el proceso desde la creación de los documentos hasta la generación de los modelos en el formato electrónico definido por la Agencia Tributaria. De esta manera, garantiza una trazabilidad completa de cara a auditorías, permite cumplir con la normativa y mejora la eficiencia gracias a la estandarización y automatización de procesos. Además, da una visión global del estado del cumplimiento normativo. El proceso abarca creación de eDocuments, acceso al panel de control, creación de modelos y envío del modelo a la Agencia Tributaria. Asimismo, Golobart y Hurtado informaron de las últimas novedades de DRC e hicieron una demostración de su uso para gestionar los modelos disponibles actualmente: 111, 123, 190, 193, 216, 296, 303, 347, 349 y Retenciones.

El siguiente apartado correspondió a los impuestos que establece la nueva Ley de Residuos y Suelos Contaminados. La norma recoge impuestos a los envases de plástico no reutilizables y a la incineración. Francisco Hurtado repasó el funcionamiento, tipos fiscales y requerimientos de estos impuestos, y explicó cómo funciona la responsabilidad ampliada del productor (RAP), revisada en dicha norma para que los productores de productos asuman la responsabilidad financiera y organizativa de la gestión de la fase de residuos de sus productos. Hurtado también comentó las funciones de SAP RDP (Responsible Design and Production), la solución de SAP para ayudar a los productores a gestionar sus obligaciones derivadas de la RAP.

Por último, en el apartado Labs Preview, Hurtado y Golobart repasaron algunos temas que se están analizando actualmente en SAP, como el certificado de retenciones, el Registro Mercantil, el proceso de conciliación y la comparación del modelo 303 frente al Pre-303; además de dar una panorámica del roadmap de SAP S/4HANA Cloud en España. ■

La migración a S/4, a examen en el Grupo de Trabajo de Sector Público



La migración a S/4 también es un reto para las entidades públicas. Por ello, el Grupo de Trabajo de Sector Público de AUSAPE preparó una reunión el 31 de marzo en la que se abordó tanto la migración a S/4 como el papel de RISE with SAP en estas organizaciones.

La sesión, presentada por Javier Mediavilla, coordinador del grupo de trabajo, comenzó con la ponencia de Mario Sánchez Córdón sobre el proyecto de transformación a S/4HANA en el Instituto Nacional de Técnica Aeroespacial (INTA), del que es jefe de servicio de Sistemas Informáticos.

El INTA contaba con SAP R/3 desde el año 2000 y desde entonces han ido desplegando nuevas soluciones, hasta que en 2012 pasaron a SAP ECC 6.0, implantando nuevos módulos: EPS, subvenciones... A la hora de migrar a S/4HANA, optaron por un modelo brownfield, ya que querían conservar el valor de su sistema actual, mantener los datos históricos y tener una conversión más rápida; en resumen, explotar las capacidades de S/4 sin perder lo que ya tenían y minimizar el impacto de la migración.

Antes de efectuar la misma, en el INTA prepararon sus sistemas, migrando a Unico-de, implantando SAP Fiori y pasando a EHP 7, realizando un Assessment para dimensionar el proyecto de S/4, implantando NGL para realizar el split de IVA, subiendo su versión de HANA a la 2.0 SP4 y actualizando Opentext y el front server de Fiori.

La versión de S/4 elegida fue la 2020. El proyecto de migración a S/4 comenzó en 2020 y ha precisado de 11 meses de trabajo. Sánchez Córdón ofreció las cifras de este proceso y los cambios más relevantes en cada módulo: financiero, recursos humanos, cadena de suministro, manufactura, investigación, ventas...

A continuación, destacó los elementos más significativos de la migración a S/4 para INTA y los desafíos que han encontrado en los mismos. Estos se resumen en seis. Business Partners para la gestión cliente-proveedor y de subvenciones; Financiero, con un nuevo modelo de tratamiento de contabilizaciones de activo fijo y un nuevo programa de cierre de ejercicio; Recursos Hum-

nos, con modificaciones en las medidas de baja y los recibos de nómina; Nóminas, ahora más desagregadas y con más asientos; Ventas, con cambios en el Split de IVA, parametrización de reclamaciones y gestión de créditos, y la plataforma operativa del sistema BASIS.

Una vez implantada y resuelta, se pasó a producción. A este respecto, Sánchez repasó la evolución de las incidencias post-migración y su resolución.

Entre las mejoras que buscaban en S/4, Sánchez Córdón destacó florizar procesos e implantar el acceso móvil, además de poder crecer desde una plataforma estable. Por último, explicó que ahora ya están planteando proyectos a corto y medio plazo basados en Fiori Analytics, como evaluación del desempeño de los empleados; de integración con Power BI o de digitalización de tickets de viaje con SAP Concur.

La segunda parte de la reunión se centró en la transformación del negocio como servicio a través de la nube privada de SAP, con RISE with SAP. José Requena, SAP Solution Specialist de RISE, comenzó explicando el modelo contractual de RISE with SAP, que

incluye infraestructura, servicios gestionados y software con un único proveedor que es SAP.

Según Requena, con RISE with SAP, "el cliente va a poder analizar y evaluar sus procesos de negocio", de forma que se puedan optimizar y adaptar a los cambios, gracias a la Business Process Intelligence.

Requena resumió también los servicios básicos de S/4HANA Cloud ofertados en RISE: soporte, gestión de la base de datos, actualizaciones, copias de sistemas, notas técnicas y de seguridad... Además, incluye el acompañamiento de personal de SAP.

Como ventajas, destacó la escalabilidad, su entrega *listo para el uso*, la continuidad del negocio, predictibilidad, optimización de procesos, la experiencia de SAP, un menor TCO, la innovación en cloud, el acceso a redes empresariales y la innovación constante. ■

La segunda parte de la reunión se centró en la transformación del negocio como servicio a través de la nube privada de SAP, con RISE with SAP

Los Días Temáticos AUSAPE regresan en una jornada dedicada a BTP



El primer Día Temático AUSAPE de 2022 ha correspondido al área de Business Technology Platform (BTP). Este Grupo de Trabajo ha sido el encargado de preparar una jornada el 6 de abril, que giró en torno a los servicios de SAP BTP para la empresa inteligente y a la mejora de la productividad y eficiencia en la gestión de almacenes con esta plataforma, con un caso práctico.

El Día Temático de Business Technology Platform estuvo presentado por David Ruiz Badía, coordinador del grupo, que dio paso a César Martín, de SAP, para que explicara los servicios de SAP BTP para la empresa inteligente. Las capacidades de la plataforma se dividen en cuatro grupos: desarrollo de aplicaciones, integración, datos y analítica, e inteligencia artificial. Martín repasó las funcionalidades del SAP Master Data Integration Service y la estrategia de Digital Experience, con el SAP WorkZone y el Launchpad Service, así como los bloques del SAP AI Core y AI Launchpad.

A continuación, Alejandro Pérez, gerente de la compañía alimentaria Dallant, presentó su caso de cliente, en el que expuso cómo Dallant ha mejorado su productividad y eficiencia en la gestión de almacenes con SAP BTP. La empresa cuenta con tres fábricas y tres almacenes en España y una fábrica con almacén en Marruecos, y tiene el compromiso de servir a sus clientes en un máximo de 15 días hábiles. Partiendo de estos desafíos, en Dallant buscaban una gestión integral, centralizada y simplificada de sus almacenes.

Pérez explicó que han utilizado la plataforma BTP abierta en el cloud, para desarrollar e integrar aplicaciones en modo nativo en dispositivos móviles y con navegador. Entre los beneficios, destacó disponer de una solución escalable y multidispositivo, la trazabilidad de las acciones realizadas, la mejora de la eficacia en el almacén, una mayor seguridad, actualización automática de software y control total sobre el acceso a la aplicación.

El Día Temático de BTP incluyó también ocho sesiones paralelas, repartidas en tres salas. En la primera de ellas, T4S trató acerca de cómo integrar los procesos de negocio que tenemos en SAP BTP con las herramientas de colaboración que nos ofrece Microsoft, concretamente Outlook y Teams, con un caso de uso y una demo en vivo. A continuación, DXC Technology dio su visión acerca de SAP Cloud Integration, la herramienta de integración

de procesos on-cloud de SAP, tocando aspectos como licenciamiento, comparativa con SAP Process Orchestration, recomendaciones de uso y roadmap. Por último, la ponencia de Techedge se centró en el impulso de la digitalización de la empresa con SAP Integration Suite, además de presentar una demo de SAP API Management.

En la segunda sala, las sesiones comenzaron con Minsait y el empleo de SAP Identity Authentication Services como sistema para autenticar usuarios en BTP. Posteriormente, Seidor ofreció una ponencia sobre las soluciones No-Code/Low-Code con SAP Business Technology Platform, donde se indicaron los pasos a seguir para crear una solución no-code: desarrollarla, testearla, validarla y publicarla.

La tercera sala acogió de inicio la sesión de Accenture sobre “la transformación digital profunda” de UFD basada en BTP, en cuatro apartados: sistemas de entrada, planificación, programación y ejecución. La segunda sesión trató de cómo mejorar el autoservicio y la experiencia de cliente con BTP, con una demo del proyecto de portal de clientes en la empresa de gestión y reciclaje de residuos industriales Tradebe, presentada por Enzyme. Para concluir, Sapas trasladó a los asistentes su situación después de cuatro años desarrollando aplicaciones con SAP BTP. Según explicaron, su portfolio abarca proyectos en SAP S/4HANA y SAP S/4HANA Cloud, infraestructura cloud, desarrollo y mantenimiento de aplicaciones, gestión documental y ciberseguridad.

PRÓXIMAS REUNIONES PRESENCIALES

La programación de AUSAPE durante el mes de abril se completará con dos reuniones presenciales. La primera, el martes 19, con una visita al Siemens DEC/Digital Experience Center, en Madrid. Aquí se presentará el *Informe España 5.0*, que aporta algunas claves estratégicas para conseguir que España sea un referente europeo a través de la tecnología y la innovación.

La segunda, el 28 de abril, tendrá Palma de Mallorca como escenario, en una sesión coorganizada por el Grupo de Trabajo de SAP S/4HANA y la Delegación de Baleares. La reunión contará con la presencia de expertos de SAP y estará presentada por Gerard Pasán, coordinador de SAP S/4HANA y delegado en Baleares de AUSAPE. ■

FÓRUM AUSAPE 2022

Sevilla, 1 y 2 de junio

Ponencias magistrales, sesiones plenarias, más de 40 sesiones paralelas, actividades de ocio y networking, Fórum Empleo... para un evento que, este año, girará en torno a los "Humanos digitales".

Recuperar los eventos presenciales, con el consiguiente impulso del networking, es una de las prioridades de AUSAPE para este año. Y en esta estrategia no podía faltar el evento por excelencia de la comunidad AUSAPE: el Fórum. Este año, Sevilla ha sido la ciudad escogida por nuestros asociados para celebrar la XVII edición, que tendrá en los "Humanos digitales" su temática principal.

Los días 1 y 2 de junio, el Palacio de Congresos y Exposiciones de la capital andaluza se convertirá en el punto de referencia para la comunidad SAP española. Expertos de diversas áreas analizarán la interacción entre el ser humano y el desarrollo tecnológico, y el surgimiento de entidades virtuales con inteligencia emocional artificial, así como sus oportunidades y riesgos derivados, en diversas ponencias y sesiones.

Otro punto fuerte del Fórum AUSAPE 2022 serán las más de 40 sesiones paralelas, en las que los grupos de trabajo de nuestra asociación y las consultoras tecnológicas más destacadas presentarán sus novedades y soluciones, junto a demos y casos de éxito de algunos de sus clientes.

SAP, que este año celebra sus 35 años en nuestro país, también estará presente una edición más en el Fórum, con una ponencia el jueves 2 de junio a cargo de Félix Monedero, nuevo director general de la compañía en España.

No podemos olvidar la gran razón de ser del Fórum AUSAPE: el networking. Tanto las empresas medianas como las grandes, los veteranos del Fórum como aquellos que piensan acudir por primera vez, tienen una ocasión única para conocer a otras compañías y profesionales, acceder a la oferta de proveedores de soluciones, conversar en persona con clientes, compañeros y socios y, en definitiva, hacer comunidad. Para los partners, es el marco ideal para dar a conocer el valor de su oferta y contactar con potenciales clientes.

El ocio, con actividades exclusivas para los asistentes, y la solidaridad, dos clásicos de los encuentros de AUSAPE, también estarán presentes este año. Nuestra asociación hará entrega del tradicional Donativo a una ONG local y, además, tendrá lugar la recogida de los premios de la primera edición de AUSAPE con la Salud, la actividad con la que, junto a SAP, buscamos fomentar un modo de vida saludable gracias a la práctica del running.



Además, vuelve un renovado Fórum Empleo, donde confluyen empresas, universidades y la propia SAP.

Prueba del interés que despierta el evento dentro del ecosistema SAP es la lista de casi 40 firmas que se están sumando como patrocinadores. Oreka IT, Minsait, Inetum, Seidor, Sothis, Stratesys, Brait y Zoi ejercerán como Partners Oro, mientras que SAP, Fujitsu, Google Cloud, Ibermática, Enzyme, Viseo, Techedge, Panaya, SAP Concur, Neptune Software, Spinner IT y Oxya serán Partners Plata. La nómina se completa con los patrocinadores Bronce: Opentext, Amypro, Convista, Common, Cuviv, DXC, Exprivia, EY, EPI-Use, HR-Path, NTT DATA Business Solutions, Qlik, Syntax, Semantic, Symtrax, T-Systems, T4S Advanced Solutions, Vistex y xSuite Solutions Iberia. A ellos hay que sumar cinco colaboradores: Altia, Consultia IT, Esker, Matchpoint y Seeburger.

El éxito de asistencia de la pasada edición, en la que se completó el aforo máximo permitido de 600 personas, anima a AUSAPE a alcanzar una cifra incluso superior, de 800 asistentes. Ya es posible formalizar la inscripción en el Fórum AUSAPE 2022 mediante un website dedicado, donde también se puede consultar toda la información de utilidad y conocer las últimas novedades del Fórum: <https://forum2022web.ausape.com/forumausape2022#/es>. El plazo de inscripción estará abierto hasta el próximo 15 de mayo. ■

El SIG Leads 2022 reunió un año más a usuarios y expertos de SAP

AUSAPE estuvo presente en un encuentro que este año ha dedicado una atención especial a la empresa inteligente y sostenible y a la innovación como desbloqueadora del potencial del negocio

Como cada año, la comunidad SAP internacional ha tenido una cita clave a principios de marzo, en el SIG Leads, el evento de SUGEN, la Red Internacional de Grupos de Usuarios de SAP. Durante dos días, 10 grupos de usuarios de SAP, con más de 160 personas registradas, y más de 30 expertos de la compañía, tomaron contacto con las soluciones y tendencias en el universo SAP para este año.

AUSAPE fue una de las asociaciones con más presencia en este SIG Leads, con 163 registrados. Junto a ellos, participaron miembros de los grupos de usuarios africano (AFSUG), finlandés (FINUG), italiano (GUPS), belga (SAPience), sueco (SAPSA), noruego (SBN Norge), británico (UKISUG), francófono (USF) y neerlandés (VNSG).

La jornada principal, el 10 de marzo, comenzó con una Keynote conducida por Timo Elliott, vicepresidente y Global Innovation Evangelist de SAP, sobre el futuro de “La empresa inteligente y sostenible” y cómo acelerar la innovación para desbloquear el potencial de nuestros negocios.

Elliott arrancó su ponencia valorando el papel de la tecnología como “una plataforma para el futuro”, para elevar la productividad, desarrollar la línea de negocio y reducir el TCO, redefinir los procesos de negocio, transformar la experiencia de cliente y crear nuevos modelos de negocio. “La arquitectura tecnológica se está convirtiendo en la arquitectura de negocio”, manifestó Elliott.

El vicepresidente de SAP también habló de la “innovación flexible” y la innovación del negocio, con diversos ejemplos, en los que Business

“La arquitectura tecnológica se está convirtiendo en la arquitectura de negocio”, manifestó Elliott.

Technology Platform juega un papel importante. Por último, expuso nuevos modelos de negocio: dispositivos conectados, paso de B2B a B2C, datos como servicio, venta de datos... que también se pueden aplicar a SAP.

La segunda parte del SIG Leads 2022 se dedicó a las SAP Expert Sessions, conducidas por expertos de la compañía. En total, hubo 15 sesiones, centradas en diversas áreas de interés: Application Lifecycle Management, inteligencia artificial, Business





Technology Platform, experiencia de cliente, Data & Analytics, Enterprise Asset Management, finanzas, HCM, integración, retail, RISE with SAP, S/4HANA, Security & GRC, sostenibilidad y experiencia de usuario.

La sesión de Enterprise Asset Management, con Markus Galda, trató sobre planificación de recursos con SAP S/4HANA Asset Management. Además de las funciones de esta solución, como supervisar y analizar la carga de trabajo de mantenimiento o reprogramar y reasignar las operaciones, se repasaron las nuevas funciones que incluirá la próxima versión en SAP S/4HANA 2022.

En la parte de Experiencia de Cliente, Nadine Engler, Mark Hoffmann y Baerbel Haenelt explicaron el programa SAP Customer Connection, centrándose en SAP Contract & Lease Management y SAP Real Estate Management. Este proyecto trabaja en cuatro fases: recolección de solicitudes de mejora, selección para su implementación, desarrollo de las mejoras a través de SAP Notes y Support Package, y uso en los sistemas de los clientes. Junto a un cronograma del programa, mostraron los criterios de SAP para seleccionar las mejoras solicitadas y los resultados de esa selección.

La sesión de Sostenibilidad se centró en cómo aunar el beneficio económico y el del planeta. Bettina Zedlitz definió los negocios sostenibles como "la tercera ola de la transformación económica global". Tras incidir en la necesidad de "hacer la sos-

El vicepresidente de SAP también habló de la "innovación flexible" y la innovación del negocio, con diversos ejemplos, en los que Business Technology Platform juega un papel importante

La sesión de Sostenibilidad se centró en cómo aunar el beneficio económico y el del planeta. Bettina Zedlitz definió los negocios sostenibles como "la tercera ola de la transformación económica global"

tenibilidad rentable y la rentabilidad sostenible", detalló la propuesta de SAP en el ámbito de la sostenibilidad, con soluciones y servicios como las incluidas en el portafolio SAP Cloud for Sustainable Enterprises. Todo ello para lograr empresas "cero emisiones, cero residuos y cero desigualdad".

La ponencia de Experiencia de Usuario estuvo a cargo de Stefanie Hager y Oliver Graeff, quienes repasaron las posibilidades de SAP Fiori User Experience para la empresa inteligente, el desarrollo de aplicaciones web con el framework SAPUI5, la propuesta de valor de SAP Business Application Studio, el entorno de desarrollo SAP Fiori elements que permite crear aplicaciones responsive en cualquier dispositivo, y las SAP Fiori tools que abarcan todo el ciclo de desarrollo.■

EL PRIMER F2F DEL AÑO SE CELEBRARÁ DEL 26 AL 28 DE ABRIL

La agenda de encuentros internacionales de grupos de usuarios de SAP en la primera mitad del año se completará del 26 al 28 de abril con el primer encuentro F2F de 2022, que SUGEN ha organizado en formato virtual.

Un total de 23 asociaciones de los cinco continentes, entre las que se encuentra AUSAPE, compartirán prácticas y estrategias con los representantes de SAP. La jornada del martes 26 de abril estará dedicada a las best practices, mientras que el miércoles 27 se hablará de las Estrategias y prioridades de SAP y la Adopción de SAP Enterprise. Este día también habrá un apartado dedicado al networking virtual y a los temas internos de SUGEN.

El jueves 28 será el turno de las Estrategias de SAP en S/4HANA y Sostenibilidad. Además, Yasmin Awad, SVP de GuGO, ofrecerá las últimas novedades de la organización de SAP que gestiona la relación entre la empresa y los grupos de usuarios de todo el mundo.

El F2F continuará con dos sesiones del SAP Executive Exchange, en mayo y junio. Yasmin Awad; Gianmaria Perancin, presidente de SUGEN; Jürgen Müller, CTO de SAP, y Ritu Bhargava, presidente y responsable de producto de CX/CRM en la compañía, intervendrán en la primera. Por su parte, Christian Klein, CEO de SAP será el protagonista de la segunda.



Diálogo entre Joan Torres
(presidente de AUSAPE)
y Yasmin Awad (SVP
Global User Groups
Organization)

Nuestra responsabilidad es asegurar que los grupos de usuarios de SAP obtienen apoyo de SAP

En la relación entre SAP y los grupos de usuarios de todo el mundo, SAP GUGO (SAP Global User Group Organization) juega un papel fundamental, aunque no siempre conocido. La organización de SAP dedicada a gestionar esta relación y está dirigida por Yasmin Awad, con quien nuestro presidente y responsable de Internacional, Joan Torres, ha conversado sobre las actividades de GUGO y los próximos eventos de la comunidad SAP global.

JOAN TORRES: Yasmin, es un placer volver a conversar contigo. Los grupos de usuarios trabajamos con SAP GUGO a través de SUGEN, pero ¿podrías explicar a nuestros asociados qué es exactamente SAP GUGO?

YASMIN AWAD: SAP GUGO es la Organización Global de Grupos de Usuarios

de SAP. Somos un equipo global de unas 30 personas y estamos muy vinculados a los grupos de usuarios y, por supuesto, a toda la organización de SAP. Nuestra responsabilidad es ser un enlace entre SAP y los grupos de usuarios. Por lo tanto, mi responsabilidad es garantizar que todas las actividades desarrolladas entre SAP y los grupos de usuarios estén dirigidas al nivel correcto, a la parte adecuada de la organización de SAP, y que los grupos de usuarios obtengan soporte de SAP. Estos son realmente importantes para SAP. Al hablar con ellos, hablamos con los clientes en sus respectivos mercados y países, y esa es una gran oportunidad para que podamos escucharles y comprender lo que necesitan, así como los requerimientos de sus mercados.

J.T.: ¿Cuáles son las principales actividades de GUGO?

Y.A.: Tenemos diferentes actividades. Las principales tienen que ver con garantizar que tengamos una relación de confianza con los 48 grupos de usuarios que hay en todo el mundo. Son diferentes, pero nos aseguramos de que todos tengan una buena relación de colaboración con la organización local de SAP. Tenemos programas de influencia específicos como por ejemplo Customer Connection, Customer Engagement Initiative... que ofrecemos a los grupos de usuarios. Además aseguramos que el feedback de los grupos de usuarios sea incorporado directamente en el portafolio de los equipos de desarrollo de SAP. Y, por último, pero no por ello menos importante, el proceso de transferencia de conocimientos a los grupos de usuarios es uno de los principales aspectos de nuestro trabajo diario.

El proceso de transferencia de conocimientos a los grupos de usuarios es uno de los principales aspectos de nuestro trabajo diario

J.T.: ¿Cuáles son las claves de la relación de GUGO con las asociaciones de usuarios de SAP?

Y.A.: Para mí, son dos. En primer lugar, una relación a largo plazo, y lo más importante, necesitamos tener una relación abierta y de confianza con los grupos de usuarios para poder abordar los temas que tenemos sobre la mesa en un debate abierto sobre los retos que surgen. Y lo segundo, más representativo, es el feedback que recibimos de los grupos de usuarios.

J.T.: ¿Cuál es la estructura internacional de GUGO?

Y. R.: Tenemos dos tipos de equipo o personas. Uno son los liaisons para los grupos de usuarios y el segundo es el Cross Team. Cada grupo de usuarios tiene un contacto directo, llamado "Liaison" en mi equipo. Estos contactos aseguran y verifican que tengamos una relación adecuada con el grupo de usuarios y que conduzcamos las actividades junto con la organización local de SAP; esto es muy importante. El otro equipo es el Cross Team. Sabrás que tenemos temas de alta

Otro elemento importante es que nos aseguramos de que cada grupo de usuarios esté bien conectado con la organización local de SAP

prioridad de muchos grupos de usuarios, como por ejemplo la localización de la software de SAP. En el Cross Team hay un contacto dedicado que responsabiliza estos temas concretos junto con los grupos de usuarios. Son punto de contacto para cada tema específico. Así, ayudamos a los grupos de usuarios a organizar eventos, workshop, webinaros ... este es el trabajo del Cross Team.

J.T.: ¿Qué importancia tiene que GUGO esté apoyando no solo a SUGEN, sino también a DSAG, AUSIA...?

Y. R.: Tenemos un contacto directo desde mi equipo con cada grupo de usuarios de SAP, de modo que cada grupo de usuarios tiene un enlace dedicado en mi equipo y discuten juntos cuáles son sus prioridades, cómo podemos ayudar y cómo podemos tener una buena colaboración con la organización local. Otro elemento importante es que nos aseguramos de que cada grupo de usuarios esté bien conectado con la organización local de SAP, por lo que también es muy importante tener siempre a alguien de mi equipo junto con alguien de la organización del país respectivo.

J.T.: ¿Qué asociaciones gestiona GUGO directamente?

Y. R.: Todos los 48 grupos de usuarios de SAP tienen contacto con nosotros, principalmente con el "Liaison" local dedicado. Si no hay un "Liaison" local, trabajamos junto con la organización de SAP en el país para garantizar que también tener un contacto dedicado a nivel local. Y, por tu propia experiencia, sabes que para algunos temas necesitas tener el canal directamente con tu organización local de SAP, pero también necesitas tener una persona en mi equipo para poder tratar los temas.

J.T.: Sería interesante que nos dieras el punto de vista de GUGO sobre cada asociación con la que tenéis contacto directo. ¿Qué características diferenciales identificáis en cada una de ellas?

Y.R.: Es una pregunta difícil de contestar porque realmente todos grupos son diferentes, no solo en cuestiones culturales, sino también en algunas estructuras de los grupos de usuarios. Por ejemplo, hay diferentes coberturas en cada país. Creo que los grupos de usuarios en los países nórdicos tienen la cobertura más alta en términos de miembros. La cobertura es algo importante para mí ya que, si tengo un grupo de usuarios muy pequeño con solo 10 miembros, podría no ser tan representativo en términos de feedback. Por otro lado, vemos que los grupos de usuarios tienen más éxito si disponen de un back-office, porque el back-office impulsa el área de negocio del grupo. Hay grupos de usuarios con oficinas importantes en Europa, en EMEA y en América del Norte, algo genial.

También vemos que las actividades de localización son una prioridad en todos los grupos de usuarios de AUSIA. Por supuesto, podemos mencionar a DSAG y ASUG como los grupos de usuarios más grandes, que cuentan con más de 200 grupos de trabajo. Y, por supuesto, tenemos SUGEN, que no es un grupo, sino una red ejecutiva de grupos de usuarios. Para nosotros, SUGEN también es muy importante porque es otra forma de garantizar que todos los grupos de usuarios reciban la información más reciente, intercambiarla con los ejecutivos y que nuestros ejecutivos puedan escuchar a todos los grupos de usuarios.

J.T.: ¿Cómo ayudáis a canalizar las peticiones de los grupos de usuarios hacia SAP?

Y.R.: Tenemos los liaisons y una cosa que todos liaisons hacen es escuchar a los grupos de usuarios. Debaten cuáles son las prioridades de su grupo y también compartimos nuestras prioridades. Y luego nos juntamos y hablamos cómo apoyar a los grupos de usuarios. Nos ocupamos de una colaboración intensa en cuan-



Queremos asegurarnos de que siempre tenemos las últimas actividades que se necesitan y de que todas las cuestiones se abordan a tiempo

to a contenidos y queremos asegurarnos de que siempre tenemos las últimas actividades que se necesitan y de que todas las cuestiones se abordan a tiempo.

J.T.: En concreto, en SUGEN, ¿qué actividades realizáis?

Y.R.: Sabes que tenemos dos reuniones. El evento SIG Leads y el Face 2 Face. Este último es una oportunidad maravillosa para SAP para sentarnos junto a todos los representantes de los grupos de usuarios. En los últimos años lo hemos hecho de manera virtual, pero todos venimos y debatimos junto con nuestros miembros de la directiva y nuestros ejecutivos. Y, por supuesto, para los grupos de usuarios es una oportunidad de intercambio entre ellos. Tenemos actividades en curso y apoyamos las actividades estratégicas de SUGEN. También tengo el honor de ser parte del Leadership Team de SUGEN, por lo que estoy personalmente involucrada en saber qué se necesita desde el lado de SUGEN

J.T.: Dos de los encuentros más importantes de la comunidad SUGEN, el SIG Leads y el F2F, se celebran por estas fechas. ¿Cómo ayudáis a SUGEN a organizar estos eventos?

Y.R.: Tengo dos miembros del equipo dedicados para SUGEN; no estoy solo yo como miembro del Leadership Team de SUGEN, sino que, como sabes, Dinara Makubayeva y Sinan Schreiner se dedican a apoyarles. Ayudan a SUGEN a impulsar todos los temas que son relevantes y apoyan con la organización de la reunión F2F. Y para la reunión de los SIG Leads, también tenemos recursos dedicados, que ayudan con la agenda y la organización general de la reunión

J.T.: ¿Hay alguna otra actividad que tengáis prevista para 2022 que quisieras destacar?

Y.A.: Para este año es importante que algún día nos volvamos a juntar, porque lo podemos hacer virtualmente, pero es diferente si te encuentras en persona. Podemos bene-



ficiarnos de la gran relación que tenemos, hablamos siempre y hemos trabajado para tener la reunión Face 2 Face de manera virtual en abril. Pero espero que podamos vernos, por lo que el enfoque también estará en permitir reuniones físicas, y luego estamos ayudando a las conferencias de los grupos de usuarios a convertirse en eventos físicos. Y, por supuesto, apoyaremos el SAP Sapphire, que se ha celebrado de diferentes formas, como un evento local o regional, o un evento para todo el mundo.

J.T.: Finalmente, ¿cómo has visto la evolución de AUSAPE a nivel internacional en estos últimos años?

Y.A.: Es fantástico ver cómo ha evolucionado AUSAPE. Creo que ha habido un enorme crecimiento de las empresas asociadas, con más de 560 empresas asociadas en 2021. Así que puedes ver lo importante que es AUSAPE para los clientes en España. Sé que este año estáis teniendo grupos de trabajo en los áreas de BTP, RISE, S/4HANA y Licencias, así que tenéis clientes cada vez más expertos. Creo que es

Nosotros queremos tener clientes contentos y queremos atender sus necesidades y entregar productos de alta calidad que ellos requieren

un logro fantástico. Así que, felicidades, me siento realmente honrado de colaborar con vosotros y de tener tu voz en el equipo de liderazgo de SUGEN.

Es realmente genial tener esta relación abierta, porque vuestros miembros son clientes de SAP. Y nosotros queremos tener clientes contentos y queremos atender sus necesidades y entregar productos de alta calidad que ellos requieren. Tenemos los mismos intereses y cuanto mejor sea la colaboración, mejor podremos ayudar a servir a nuestros clientes. ■

OREKA EGUNA

TRAS DOS AÑOS DE AUSENCIA,
VUELVE EL EVENTO MÁS CAÑERO SOBRE TECNOLOGÍA SAP

7 2022
de OCTUBRE
VIERNES

PONENCIAS
SOBRE
TECNOLOGÍA
SAP
& NETWORKING

Vitoria-Gasteiz

oreka i.t.



Información e inscripción gratuita
orekait@orekait.com



Conversation between Joan Torres (President AUSAPE) and Yasmin Awad (SVP Global User Groups Organization GUGO)

Our responsibility is ensure that the SAP User Groups get support from SAP

In the relationship between SAP and SAP User Groups around the world, GUGO (Global User Group Organization) plays an essential, although not always known, role. The SAP organization dedicated to managing this relationship is led by Yasmin Awad, with whom our President and Head of International area, Joan Torres, talked about the GUGO activities and upcoming events for the global SAP community.

JOAN TORRES: Yasmin, it's a pleasure to talk to you again. I think that most of user group members don't know anything exactly about GUGO. So, this is a very interesting opportunity to inform them. What exactly is GUGO?

YASMIN AWAD: SAP GUGO, first of all, is the SAP Global User Groups Organization. We are a global team of around

30 people and we are closely linked to the SAP User Groups and, of course, very well connected to any SAP organization. Our responsibility is to be an interface between SAP and the SAP User Groups. So, my responsibility is to ensure that all activities between SAP and the User Groups are directed to the right level of the SAP organization. The User Groups are really important for SAP. By talking with them, we talk to the customers in their respective markets and countries, and that is a great opportunity for us to listen to them, understand what they need and learn the requirements in their markets.

J.T.: What are the main activities of GUGO?

Y.A.: We have different activities. The main activities are ensuring that we have a trusted relationship with all the 48 user groups

around the world. They are all different, but we ensure that they all have a good collaboration with the local SAP organization. We have specific influencing programs like Customers Connection, Customer Engagement, which we drive to the User Groups. And we ensure that the feedback from the User Groups is directly incorporated into our product organization. And, last but not least, the provisioning of Knowledge Transfer to the User Groups is one of the main aspects of our daily work as well.

J.T.: What are the keys of GUGO's relationship with the SAP User Groups associations?

The provisioning of Knowledge Transfer to the User Groups is one of the main aspects of our daily work as well

Y.A.: For me, two things. First, the long-term relationship: we need to have a trusted and open relationship with the User Groups in order to be able to address them in honest discussion. And second, the even more important side, is the honest feedback we receive from the User Groups.

J.T.: What is the international structure of GUGO?

Y. A.: I have two kinds of teams. One is the liaison for the user groups and the second is the Cross Team.

Every user group has a direct contact, a so-called liaison. The liaisons ensure and check that we have a solid relationship with the respective User Groups and that we drive activities together with the local SAP contacts is very important.

The other team is the Cross Team. You know that we have topics that are important for many User Groups, like e.g. Localization. I have in the Cross Team a dedicated contact that drives these topics jointly with the User Groups, so they are like a single point of contact for each specific topic. So, we help the User Groups to do events, workshops, webinars... this is the work of the Cross Team.

J.T.: What important is to say that GUGO is supporting not only SUGEN, as well DSAG, AUSIA... Which additional ones?

Y. A.: We have a direct contact from my team to every SAP User Group, so every

So is also very important to have always somebody from my team together with somebody from the respective country organization

User Group has a dedicated liaison in my team and they discuss together what their priorities are, how we can help, how can we have a good collaboration with a local organization. Another important element is that we ensure that every user group is well connected to the local SAP organization, so it is also very important to have always somebody from my team together with somebody from the respective country organization.

Each User Group has a dedicated liaison in my team and they discuss together what the User Group priorities are and how we can support. Another important element is that we ensure that every User Group is well connected to the local SAP organization. It is very important to always involve somebody from my team together with somebody from the respective country organization.

J.T.: Which associations does GUGO directly manage?

Y. A.: All of the 48 SAP User Groups do have contact with us, mainly with the dedicated local liaison. If there is no local liaison, we work together with the SAP country organization to ensure that we have a dedicated contact on local level. And, from your own experience you know, that for some topics you need to have the channel directly to your local SAP organization, but you also need to have a person in my team in order to address topics.

J. T.: It would be interesting you could give us your point of view about each association that you have direct contact with. What distinguishing characteristics do you identify in each of them?

Y. A.: It's a difficult question because every User Group is different, not only to cultural things, but also some different structures of the User Groups. For example, there are differences in the countries regarding coverage. I believe, the User Groups in the Nordic have the highest coverage in term of members. Coverage is an important term for me, because if I have a very small

User Group, it might not be as representative in terms of feedback. Another aspect: we see that User Groups are more successful when they have a back office, because the back office drives the business and actions. There are User Groups with significant offices in Europe, in EMEA and in North America, so this is great. As another factor we see that localization activities have a high priority in all the AUSIA User Groups. Of course, one can mention DSAG and ASUG as the biggest SAP User Groups, which have more than 200 special interest groups. And, of course, we have SUGEN, that is not a User Group, but is an executive network of User Groups. For us, SUGEN is also very important because it gives us the opportunity to ensure that all SAP User Groups get the latest information exchanged to our executives, and that our executives can receive feedback from all SAP User Groups.

J.T.: Good. Next question is about how does GUGO ensure that the requests from User Groups reach SAP organization?

Y.A.: We have the liaisons and one thing that all our liaisons do, is to listen to the SAP User Groups. They discuss what the priorities of their User Group are and also share our priorities. And so we get together and discuss how we can support the SAP User Groups. So, we secure a close collaboration and we ensure that we always have the latest content and topics, addressed in time.

J. T.: Specifically, in SUGEN, what activities do you carry out?

Y. A.: You know that we have two Face 2 Face meetings per year, that are wonderful for SAP in order to get together with all these representatives from the User Groups. In the last years, we did them virtually, but still we all came together and discussed with our SAP board mem-



We secure a close collaboration and we ensure that we always have the latest content and topics, addressed in time

bers and executives. And, of course, for the SAP User Groups it is a chance to exchange with each other. We have ongoing activities, and we support the strategic activities of SUGEN. And I also have the honor to be part of the SUGEN Leadership Team, so I am personally involved and know what is needed from SUGEN side.

J. T.: Two of the most important meetings of the SUGEN community, SIG Leads and F2F, take place at this time of year. So, how do you help SUGEN to organize these events?

Y.A.: For SUGEN, I have two dedicated team members, so it's not only me as member of the SUGEN Leadership Team, but you know that Dinara Makubayeva and Sinan Schreiner are supporting SUGEN. They help SUGEN to drive all topics that are relevant and support with the organization of the F2F meeting. And for the SIG Leads meeting, we also have dedicated resources, who help with the agenda and the overall organization of the meeting.

J.T.: Next question: are there any other activities you have planned for 2022 that you would like to highlight as well?

Y.A.: For this year, it's important to ensure that we can get together again in person. I hope we can see each other soon, so the focus will also be to enable physical meetings. And, of course, we will support SAPphire, which is run in a different form, by having local or regional events, and one global event.

J.T.: And finally, how have you seen the evolution of AUSAPE at international level during last years?

Y.A.: It's great to see how AUSAPE evolved. I think you have an enormous growth of member companies, with more of 500 member companies in 2021. So, you can see how important AUSAPE is for the customers in Spain. I know you are having all around this year special interest groups with BTP, RISE, S/4HANA and Licensing,



so you have customers who are getting more and more experts.

I know you have active special interest groups on BTP, RISE, S/4HANA and Licensing, so your members are becoming more and more experts.

I believe this is a fantastic achievement. So congratulations to you, I am really honored to collaborate with you and to have your voice in the SUGEN Leadership Team.

It is really great having this open relationship, because your members are SAP's customers. And we want to have happy customers and want to serve their needs

We want to have happy customers and want to serve their needs and deliver high quality products that they require

and deliver high quality products that they require. We have the same interests and the better the collaboration is the better we can help to serve our customers. ■

INNOVAR NUNCA HA SIDO MÁS SEGURO

Con Zoi Migration Factory for SAP migramos
tus cargas de trabajo SAP a AWS de forma
segura, estructurada, rápida y eficiente.

www.zoi.tech



- IoT Services Competency
- SAP Services Competency
- DevOps Services Competency
- Retail Services Competency



zoi



Alfred Roig, Managing Director de ConVista España, partner de SAP especializado en el área de Finanzas y Tesorería, nos cuenta las claves de la Transformación Financiera y el impacto que S/4HANA tiene en esta área

S/4HANA proporciona innumerables ventajas a los departamentos de Finanzas y Tesorería

¿CUÁLES SON LOS PUNTOS CLAVE PARA AFRONTAR LA TRANSFORMACIÓN FINANCIERA?

El desarrollo de la Transformación Financiera se centra en tres áreas principales: **la Analítica Avanzada, la Eficiencia de los Procesos y el Control y Cumplimiento.**

Disponer de la información analítica adecuada mediante herramientas de Business Intelligence y convertirnos en una data-driven Company es clave para la Transformación Financiera. Los datos no solo facilitan la toma de decisiones, sino que son la base en la innovación de productos y servicios.

Además, resulta fundamental conocer nuestros procesos y el grado de eficiencia en su ejecución con herramientas de Process Mining para digitalizar, optimizar y automatizar las tareas que en ellos ocurren.

Finalmente, no debemos perder de vista el control y cumplimiento de las políticas internas y las regulaciones a las que está sometido su negocio.

Los datos no solo facilitan la toma de decisiones, sino que son la base en la innovación en productos y servicios

¿QUÉ PAPEL JUEGA EL DIRECTOR FINANCIERO EN ESTOS NUEVOS RETOS?

El CFO tiene una visión global de la compañía que le permite liderar la transformación. El cambio cultural y de mentalidad que representa la Transformación Digital requiere de un sponsor de muy alto nivel dentro de la compañía, ya sea tanto el propio CEO como el CFO.

El CFO sustenta varios roles en esta transformación: valida la viabilidad económica de los nuevos modelos de negocio propuestos, es un facilitador de la analítica en tiempo real necesaria para el soporte

El concepto de Transformación Digital, en muchos casos se confunde con técnicas y tecnologías empleadas desde hace mucho tiempo, como la digitalización de la información y la automatización de los procesos

de decisiones estratégicas y a la vez es responsable de la eficiencia transaccional de los sistemas back-office que soportan la operativa empresarial.

LAS EMPRESAS DE HOY EN DÍA ESTÁN INMERSAS EN PLENA TRANSFORMACIÓN DIGITAL, PERO ¿SABEN REALMENTE CUÁL DEBE SER EL CAMINO A SEGUIR?

Mucho se ha hablado sobre el concepto de Transformación Digital, en muchos casos se confunde con técnicas y tecnologías empleadas desde hace mucho tiempo, como la digitalización de la información y la automatización de los procesos.

La Transformación Digital tiene como uno de sus pilares conseguir la eficiencia de los procesos, pero su eje principal gira sobre cómo generar mayor valor a nuestros clientes y empleados mediante la in-

tegración de las nuevas tecnologías digitales (Cloud, AI/ML, Big Data, Mobility, IoT, Blockchain, etc). Se trata de reconsiderar nuestras estrategias, productos y procesos, poniendo en el centro la experiencia y el valor percibido por clientes, empleados y otras partes interesadas de la cadena de valor.

¿QUÉ APORTA PROCESS MINING A LOS CLIENTES DE SAP?

En ConVista somos partners de Celonis desde 2017 y seguimos también muy de cerca la integración de Signavio en el portafolio de servicios SAP.

Celonis EMS va más allá de lo que llamamos Process Discovery e incorpora la ejecución de procesos de workflow para interactuar con plataformas y sistemas back-end como SAP, Salesforce, e-commerce y herramientas de customer service como ServiceNow.

EL SALTO A S/4HANA ES UNA REALIDAD. ¿QUÉ POTENCIAL TIENE PARA LOS CLIENTES DE SAP EL PASO A LA NUBE?

S/4HANA facilita a los clientes de SAP varios de los aspectos mencionados en la Transformación Digital. Por un lado, mejora la experiencia del usuario con su nueva interfaz gráfica web que facilita su acceso desde cualquier dispositivo. También aporta analítica en tiempo real, lo que se traduce en un cambio de paradigma en la forma de trabajar a la que llamamos Insight-to-Action. Las aplicaciones nos proporcionan KPI, alertas y la posibilidad de acción inmediata facilitando el flujo de trabajo, en lugar de tener que ejecutar transacciones con nombres difíciles de recordar y navegar por árboles de menú con demasiados niveles.

Las nuevas actualizaciones de S/4HANA empiezan también a incorporar el uso de Machine Learning para proporcionar al usuario recomendaciones e identificación de anomalías.

S/4HANA representa también un cambio en el despliegue de la solución. Mediante la metodología SAP Activate pasamos a un enfoque de implementación Agile y las posibilidades de implementarlo en la nube, ya sea pública o privada, nos llevan hacia un modelo de SaaS (Software as a Service), reduciendo los tiempos y costes de las actualizaciones del software.

La eficiencia operativa es uno de los pilares de la Transformación Digital

¿QUÉ NOVEDADES HAY EN S/4HANA Y SAP BTP PARA EL DEPARTAMENTO DE TESORERÍA?

SAP ha dedicado muchos esfuerzos en mejorar la experiencia de usuario del departamento de tesorería. Destacaría las funcionalidades BAM (Bank Account Management) como sistema de gestión de los datos maestros de las cuentas bancarias, Cash Flow Analyzer, un informe dinámico de posición y previsión de tesorería que nos permite la visualización con diferentes jerarquías y niveles de certeza y finalmente la integración del monitor de pagos y de carga de extractos bancarios en Fiori Apps.

En el apartado de riesgos financieros, disponemos de un informe de exposición al riesgo de divisa. Mediante la integración de servicios disponibles en SAP Business Technology Platform, podemos ahora automatizar la carga de datos de mercado y la integración con plataformas de trading.

POR ÚLTIMO, ¿QUÉ NOVEDADES ENCONTRAMOS EN CUANTO A ANALÍTICA PARA EL ÁREA DE TESORERÍA?

Por un lado, tenemos las propias herramientas de embedded analytics que incorpora S/4HANA, donde encontramos Fiori tiles con KPI y Overview Pages como resumen analítico en procesos de tesorería.

Por otro lado, la aparición de SAP Analytics Cloud (SAC) ha revolucionado el mercado de plataformas de visualización interactiva de la información y lo ha hecho incorporando la funcionalidad de planificación y la de creación de aplicaciones analíticas con Application Designer.

SAC es nuestra apuesta para presupuestación y planificación de tesorería. ■





Paco Sola, Director de operaciones de Altim, analiza cuál es la situación actual de las últimas tecnologías y cómo desde Altim podemos ayudar a las empresas de multitud de diferentes sectores a lograr ser más competitivos.

La transformación digital ha llegado para quedarse. Y en Altim, sabemos mucho de eso

Somos una consultora tecnológica con más de 25 años de experiencia en el sector. Nuestro objetivo principal es ayudar a nuestros clientes a evolucionar sus procesos de negocio gracias a la tecnología. Cuando una empresa da el paso hacia la era digital, pasa a ser mucho más inteligente, eficiente, operativa y cuenta con mejores resultados. En definitiva, gana en competitividad.

¿A QUÉ RETOS SE ENFRENTAN LAS EMPRESAS DE CARA A LOS PRÓXIMOS AÑOS Y CÓMO PUEDE AYUDAR LA TECNOLOGÍA?

Es precisamente la tecnología la que ha generado la actual disrupción. Por tanto, sólo las empresas que sepan sacar provecho a dicha tecnología serán las que puedan competir en un mercado orientado cien por cien a las personas, sus necesidades e inquietudes, todo ello en el mundo digital.

Cada vez más las empresas deben controlar los costes y mejorar la eficacia de sus procesos, al tiempo que mantienen

+25 años de experiencia en el sector

e incrementan la satisfacción de sus clientes. Por tanto, se antoja necesario adaptar su procesos a este mundo cambiante, y la tecnología está ahí para ayudarles en esta redefinición de procesos. Digitalizarse ya no es una opción si no una necesidad.

¿CÓMO PUEDEN LAS EMPRESAS INICIAR SU TRANSFORMACIÓN DIGITAL CON LA AYUDA DE LA ÚLTIMA TECNOLOGÍA SAP?

Las soluciones de SAP están orientadas a la empresa inteligente, y una empresa inteligente es la que integra la automatización de sus operaciones, con la mejor de las plataformas de tecnología que le permita optimizar la experiencia de cliente, de empleados y de marca.

Lo primero debe ser revisar sus procesos y procedimientos y redefinirlos. Las soluciones de SAP, que tienen procesos pre-

configurados basados en mejores prácticas sectoriales, pueden ayudarles a orientar ese rediseño de procesos. Además, SAP es punta de lanza en lo que a soluciones tecnológicas se refiere, con soluciones en la nube, orientadas y diseñadas sobre las tecnologías más novedosas, como son el Blockchain, IOT o Machine Learning.

¿EN QUÉ CONSISTE EL ÁREA DE SOPORTE Y MANTENIMIENTO CSE DE ALTIM?

Altim es uno de los principales partners de SAP con unas de las mayores bases instaladas de clientes en España.

Desde CSE ofrecemos un servicios integral de mantenimiento preventivo y correctivo de todas las aplicaciones SAP, velando por la continuidad de negocio de nuestros clientes y maximizando las medidas de Ciber Seguridad y Eficiencia en la Nube, avalado y certificado por los organismos más exigentes como SAP y AENOR.

Desde CSE ofrecemos un servicio de soporte de calidad con consultores de muchísima experiencia y conocimiento, brindando atención rápida y personalizada ante problemas que tengan los usuarios de nuestros clientes. También les apoyamos en las mejoras de sus sistemas y/o procesos, aportándoles soluciones de mejora reales que les aportan valor, gracias al conocimiento profundo de sus procesos y de las soluciones SAP.

Las empresas deben controlar los costes y mejorar la eficacia de sus procesos, al tiempo que mantienen e incrementan la satisfacción de sus clientes

¿EN QUÉ SE DIFERENCIA ALTIM DEL RESTO DE EMPRESAS DEL SECTOR?

Lo primero que habla de nosotros son los cientos de clientes que han confiado en Altim durante más de 20 años.

Otro elemento fundamental es que nuestra propuesta de valor se basa en el elevado conocimiento de los procesos de negocio de nuestros clientes, y del amplio portfolio de productos SAP, aportándoles así, la mejor solución tecnológica disponible en cada momento.

Además de la alta especialización, cabe destacar la cercanía, flexibilidad y ac-

Sabemos el cambio y avance continuo en el que se encuentra el mundo de las tecnologías, y es por ello que también tenemos un plan de reciclaje y formación continua

cesibilidad de todo el equipo Altim para con nuestros clientes.

Una de las principales características de altim es que siempre estamos junto a nuestros clientes, cuando nos necesiten y para lo que nos necesiten. No dejamos de atender a ninguno en ningún momento. Además, no somos un partner de nicho, sino que tocamos casi todos los palos, aportando soluciones sobre gran parte de las soluciones de SAP y multisectorial.

EN UN MUNDO DONDE LA TECNOLOGÍA NO PARA DE EVOLUCIONAR, ¿CÓMO PUEDE AYUDAR EL ÁREA DE SOPORTE Y MANTENIMIENTO DE CSE DE ALTIM A LAS EMPRESAS?

El conocimiento profundo de los procesos de negocio de nuestros clientes, es la base sobre la que construimos soluciones eficientes y, en algunos casos disruptivas que les permitan diferenciarse y competir en sus mercados. Esto no sería posible sin nuestro programa de capacitación continua y desarrollo de habilidades de todos nuestros consultores.

Sabemos el cambio y avance continuo en el que se encuentra el mundo de las tecnologías, y es por ello que también tenemos un plan de reciclaje y formación continua de nuestros consultores. Además, nuestros equipos, al ser multidisciplinarios y multisectoriales, ven y conocen procesos de todos los colores, por lo que podemos

ayudar a todos nuestros clientes aportándonos nuestra experiencia y conocimiento para atender sus problemas o necesidades de mejora.

¿QUÉ TIPO DE INCIDENCIAS SUELEN PLANTEAR LOS CLIENTES A ALTIM EN SU DÍA A DÍA?

Las instalaciones de nuestros clientes son muy estables, y gran parte de ellas están alojadas en la nube. Por tanto, la mayoría de las solicitudes que nos llegan de nuestros clientes tiene carácter de mejora, evolución o integración de sus sistemas.

Recibimos incidencias de todo tipo, siendo lo más común incidencias repetitivas que tenemos documentadas en nuestra base de conocimientos. Pero también nos plantean retos con incidencias complejas, que hacen que nuestro día a día no sea monótono. Algo que también provoca que nuestros consultores estén siempre aprendiendo e innovando.

¿POR QUÉ LAS EMPRESAS ELIGEN ALTIM?

Todos sabemos de la importancia y la dificultad de encontrar un buen socio.

En Altim, los clientes hallan ese compañero de viaje, comprometido, con un elevado entendimiento de los procesos de negocio, amplia experiencia y un profundo conocimiento de la tecnología SAP.

Yo creo que nos eligen por la cercanía, sencillez y sobre todo por la confianza que mostramos en todo lo que hacemos y decimos. Además, como apuntaba antes, los clientes saben que somos un partner seguro que nunca va a dejar de atenderles, ofreciendo una atención casi personalizada y directa.

Queremos estar a tu lado, convirtiendo tu empresa en inteligente a través de todas las soluciones de Altim.

Estamos en continuo crecimiento, y queremos que tu empresa crezca con nosotros. Nuestros profesionales te acompañarán durante todo el camino ofreciéndote un asesoramiento personalizado, cercano, transparente y basado en la experiencia. ■





Los servicios de transformación y los centros de excelencia de SAP son los dos grandes pilares de la actividad global de Atos, que cuenta con un equipo de más de 14.000 profesionales especialistas en todo el mundo para ayudar a nuestros clientes en sus procesos de transformación digital.

Entrevista a Daniel Lago, Head of SAP en Atos Iberia

¿QUÉ PAPEL JUEGA LA PRÁCTICA DE SAP DENTRO DE ATOS Y CUÁLES SON LAS ESTRATEGIAS ASOCIADAS EN CAMPOS COMO EL DESARROLLO DE NEGOCIO, LA FORMACIÓN, LAS CAPACIDADES, ETC.?

Desde 2021, Atos ha enfocado la compañía en todas sus líneas de negocio a la transformación digital, particularmente en sus servicios en torno a SAP. La nueva organización contempla varias líneas estratégicas que se refuerzan mutuamente. La primera es la implementación de **un modelo de carrera profesional específico para SAP**, orientado a la creación, desarrollo y retención del talento, el cual es clave para mejorar de manera continua nuestro valor para nuestros clientes.

La segunda es impulsar el desarrollo de negocio en servicios SAP con **un portafolio completamente renovado**, dando prioridad a cubrir de una manera eficaz las necesidades individuales de cada cliente, acompañándole en su proceso de incorporación de las nuevas tecnologías Cloud de SAP.

Y la tercera es poner al servicio de nuestros clientes todas las **capacidades globales** de Atos (110.000 empleados), compartiendo conocimientos y experiencias, dando asesoramiento, orientación y apoyo en todas y cada una de las etapas de la evolución de sus sistemas y procesos.

¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES APORTACIONES Y FORTALEZAS QUE TIENE ATOS EN SAP?

Sin lugar a dudas, la capacidad de Atos para poder poner en marcha de una manera sencilla y acelerada con la metodología **Activate** de SAP, todas las nuevas **soluciones preconfiguradas en la nube de SAP**, que permiten solucionar rápidamente problemas concretos en proyectos de innovación y transformación.

A través de la ejecución de proyectos de automatización, el uso de inteligencia artificial, la robotización y las posibilidades que la nueva tecnología ofrece, somos capaces de generar en nuestros clientes la confianza necesaria para ayudarles a adaptarse a las nuevas necesidades cambiantes necesarias para que su modelo de negocio progrese conforme a los ritmos que éstas requieren.

Como Partner global de SAP podemos llegar allí donde se nos necesita, pero, además, desde nuestros centros de competencias locales, podemos dar un servicio 100% orientado al cliente español de SAP.

Desde Atos acompañamos a nuestros clientes en proyectos de innovación y transformación que les permitan ganar competitividad en su negocio core

¿QUÉ DESTACARÍAS DEL NUEVO PORTFOLIO SAP DE ATOS?

Focalizamos nuestros esfuerzos en explicar bien lo que significa RISE with SAP, los beneficios de migrar a las nuevas plataformas Cloud frente al tradicional On-premise, la importante mejora de procesos y modelos de trabajo que supone evolucionar a S/4 respecto al R/3 y sobre todo la nueva experiencia de usuario con la verdadera posibilidad, ahora ya sí, de utilizar la movilidad de las Apps con la robustez y seguridad de los entornos en la nube con despliegues mucho más “naturales” frente a las tradicionales arquitecturas de sistemas.

Disponemos de un Portafolio tanto por Industria (Manufacturing, Retail, Energía y Utilities) como por Servicio estratégico (RISE, Cloud, BTP, Descarbonización), por lo que presentamos soluciones completas para cada una de las necesidades o sectores de cada cliente SAP.

¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES RETOS PARA EL AÑO 2022 QUE ENTRA?

Tenemos tres grandes retos. El primero es seguir creciendo en el ámbito SAP, tanto local como globalmente en todos nuestros centros de excelencia. También queremos reforzar nuestra posición como Partner de negocio preferente para nuestros clientes generando la confianza en nuestras capacidades actuales y futuras en SAP. El tercero es seguir acompañando a nuestros clientes en proyectos de innovación y transformación que les permitan ganar competitividad en su negocio core.

Todo ello está enmarcado en una línea de trabajo conjunto con el fabricante SAP (Participación en SAPPHERE, eventos Sectoriales de innovación y RISE), con los clientes SAP de AUSAPE, y con nuestros Partner tecnológicos de SAP (Azure, AWS, Google Cloud).■

Guiding your organization on the journey to Net Zero





URSA y Asturiana de Zinc: transformación exitosa a BW/4HANA

POR ALEJANDRO LÓPEZ DÍEZ

SAP BW/4HANA Transformation Lead, DXC Technology

En un contexto donde la transformación digital y el análisis en tiempo real y predictivo del negocio es imprescindible, SAP ha potenciado una diversidad de soluciones Analytics, entre las que destaca SAP BW/4HANA y sobre la cual, DXC ha desarrollado una solución completa para acompañarle en todo el camino de la transformación.

SAP BW/4HANA destaca por su potencia, solidez y versatilidad. Aprovecha al máximo la potencia de SAP HANA, mejorando significativamente el rendimiento de sus predecesores con y sin HANA como base de datos. Uno de sus puntos fuertes es que se combina con las herramientas nativas de SAP HANA y se integra perfectamente con el resto de productos SAP como ECC, S/4HANA, BPC, SAC, o Data Intelligence entre otros. Y además puede emplearse como un potente consolidador de información de diversas fuentes en tiempo real y ser explotado por herramientas de terceros fácilmente mediante OData. Por todo esto se convierte en un Data Warehouse moderno con una gran proyección de futuro por lo que la evolución a SAP BW/4HANA es una clara opción para todas las empresas que actualmente dispongan de SAP BW.

Ante esta situación, surgen algunas preguntas, como por ejemplo: ¿Qué sucede cuando ya se dispone de un SAP BW y se quiere pasar a BW/4HANA? ¿Cómo se puede amortizar toda la inversión y el esfuerzo ya realizado? ¿Es posible aprovechar un SAP BW/4HANA ya en uso por otra empresa del grupo? ¿Qué impacto tiene esta operación en ambos *landscapes*?

Desde DXC hemos entendido esta situación generada en las empresas, con especial relevancia en los equipos de Sistemas/IT encabezados por su CIO, y hemos desarrollado una serie de servicios que sirven de acompañamiento en todo el ciclo de vida de la transformación a SAP BW/4HANA, empezando desde las fases iniciales de análisis de alternativas y toma de decisiones, pasando por la propia ejecución de la transformación/conversión y finalizando en la posterior evolución del BW/4HANA. Para ello, **desde DXC hemos desarrollado una metodología, y aceleradores propios**, basados en nuestro conocimiento del producto, en nuestra experiencia en el ámbito SAP BW/Analytics y con una clara apuesta por la calidad, y que se desarrolla en tres fases:

- **Fase I (análisis y preparación de entornos):** Mientras se preparan los entornos, se aprovecha para identificar todos los ob-

Cada proyecto y cliente tiene sus particularidades y es crucial contemplarlas durante la fase I, para poder adaptar el diseño en consecuencia

jetos de las diferentes áreas a migrar que formarán el *scope*. Se contemplan todas las cuestiones periféricas (ej. ventanas para intervenciones, identificación de usuarios clave, nomenclaturas, operativa de transportes, calendario, cierres contables, etc.). Cada proyecto y cliente tiene sus particularidades y es crucial contemplarlas durante esta fase para poder adaptar el diseño en consecuencia. Algunos clientes por ejemplo tienen un ciclo de *sprint* muy ambicioso, están inmersos en alguna fusión, o tienen un calendario de roll-outs que cumplir y no es posible congelar desarrollos.

- **Fase II (diseño y replanificación del proyecto):** Con la información obtenida en la Fase I, y las *best practices*, elaboramos de manera gráfica el modelo objetivo, organizando las áreas y los *dataflows*, detallando cronológicamente todos los pasos donde se harán las diversas transformaciones necesarias para garantizar que el resultado final cuente con un alto nivel de calidad. Se trata de una fase crucial donde la experiencia es clave.

Fruto del análisis pormenorizado y del diseño puede ser necesario realizar una replanificación del proyecto, o incluso un cambio de enfoque en el camino de conversión.

- **Fase III (desarrollo, conversión y post conversión):** donde se realizan todos los preparativos y acciones previas para poder usar las herramientas de conversión, se ejecutan, se aplican las adaptaciones posteriores en el SAP BW/4HANA, se valida y se despliega en productivo.

CASO DE ÉXITO DE URSA

URSA es líder europeo en el mercado de lana mineral y poliestireno extruido (XPS), dos materiales de aislamiento totalmente complementarios que contribuyen a aislar térmica y acústicamente los edificios. URSA se encuentra actualmente inmerso en un programa de optimización de sus procesos de negocio, que conlleva una Transformación Digital, que cuenta con diversas iniciativas. En dicho programa se ha priorizado la transformación Cloud, la migración a HANA de su ECC, así como la conversión de su BW a BW/4HANA. Para todas estas iniciativas, URSA ha contado con DXC como *partner* estratégico.

Así, DXC ha realizado el análisis y ejecución de la migración al Cloud de Azure de las aplicaciones SAP y no SAP, la migración a HANA del ECC, así como la transformación de su *Data Warehouse* corporativo al nuevo SAP BW/4HANA 2.0 y BPC Standard 11. Esta última mediante una migración técnica con mínimo impacto para el negocio, factor clave para URSA por alojar aplicaciones críticas para el *controlling* financiero y los cierres contables. Como beneficio adicional se ha aprovechado para la limpieza de código y datos obsoletos surgidos a lo largo de 15 años con SAP BW, ahorrando así costes de infraestructura en el nuevo entorno *cloud*. Así mismo se ha racionalizado el número de informes, incorporado los silos de información y homogenizado el esquema de autorizaciones. Todo esto ha permitido simplificar el *reporting* corporativo y mejorar los tiempos de carga, que unido a la mejora del rendimiento de SAP HANA y la adopción de *Analysis For Office* como herramienta de *reporting*, ha dado como resultado la mejora de la experiencia de usuario y la predisposición de negocio a la futura evolución del *Data Warehouse* corporativo.

Todos estos proyectos han sido ejecutados por URSA y DXC según planificación y calidad prevista, encontrándose actualmente todos ellos en productivo operando de manera muy estable y con satisfacción de los usuarios y del *management* de URSA.

Las cargas de datos se han agilizado de tal manera que en lugar de ejecutarse a lo largo de toda la noche, se refrescan los datos de todas las áreas cada 10 minutos proporcionando en la práctica una sensación de real-time



CASO DE ÉXITO DE ASTURIANA DE ZINC

Asturiana de Zinc (AZSA), planta puntera en la transformación de zinc electrolítico, perteneciente al grupo Glencore, es una de las mayores plantas del mundo en su especialidad.

En el caso de AZSA las particularidades más diferenciadoras fueron:

- ▶ EL SAP BW/4HANA destino ya estaba siendo empleado por otra empresa del grupo, con un BPC embebido ya desplegado en productivo.
- ▶ Era vital el no entorpecer la operativa diaria. Esto implicó contemplar como tarea del análisis, el contrastar el Scope con los objetos en destino, para poder detectar las incompatibilidades y así elaborar un plan de actuación ad-hoc en consecuencia.
- ▶ EL BW origen estaba adaptado para un entorno multicentro, pero el de destino no.
- ▶ Existía una limitación temporal debido a la fecha de caducidad de licencias Oracle.

AZSA seleccionó a DXC por la solución propuesta con un enfoque de conversión técnica que entrañaba el menor riesgo posible de las diferentes alternativas.

Tras un exitoso proyecto de conversión, los beneficios obtenidos han sido netamente positivos. Las consultas más complejas han pasado a ejecutarse en pocos segundos, y las cargas de datos se han agilizado de tal manera que, en lugar de ejecutarse a lo largo de toda la noche, se refrescan los datos de todas las áreas cada 10 minutos proporcionando en la práctica una sensación de real-time. ■





Zoi lleva a cabo el diseño de la infraestructura SAP en AWS de SCANIA

POR **ANTONIO GIMENEZ**

Arquitecto Cloud y Consultor SAP BASIS

Scania es un fabricante sueco de camiones, autobuses y motores pesados sostenibles de primera calidad propiedad del Grupo Volkswagen.

La adopción continua de la nube y sus nuevas tecnologías por parte de Scania les llevó a la conclusión de que los sistemas SAP, que forman la espina dorsal de la compañía, debían disponer de su propio diseño, por lo que solicitaron ofertas a diferentes consultoras cloud para decidir quien les acompañaría en ese proyecto tan importante.

La oferta presentada por Zoi fue la que finalmente contrataron y la que brindó la oportunidad a Zoi de poner en práctica su enfoque holístico para la migración e implementación de sistemas SAP en AWS.

Zoi realizó el diseño e implementación del primer landscape completo de SAP de Scania (SAP BW/4HANA) siguiendo ese diseño.

SITUACIÓN PREVIA

Scania cuenta con diferentes equipos para afrontar proyectos en la nube, como el Cloud Adoption Team (CLAD) y un equipo de seguridad (iSEC), orientados bajo las normativas de AWS Well Architected y con las mejores prácticas de seguridad de la información. Asimismo, también cuenta con una robusta estrategia para el manejo de aplicaciones en la nube, basada en tecnologías DevOps, Cloud Formation y CI/CD, así como una nomenclatura de tipos de cuentas en AWS, con diferentes características y funcionalidades, que se despliegan de forma automática a petición o necesidad de cualquier equipo dentro de la compañía.

EL RETO:

SAP estaba llamada a ser la nueva espina dorsal del mapa de aplicaciones del fabricante de camiones Scania y, por tanto, se trataba de una infraestructura muy crítica.

SAP presentó un nuevo paradigma que obligó a contar con un enfoque global entre AWS y aplicaciones SAP que aún no se había estudiado, por lo que se requería la formación de un nuevo tipo de infraestructura en AWS que cumpliera con esas necesidades.

Con la competencia de AWS SAP y SAP Gold Partner, Zoi, junto con Dennis Popov, agile project manager en Scania Sales IT, y su equipo de profesionales, llamado ARC, se propusieron afrontar

el reto de diseñar una nueva infraestructura, así como crear metodologías para la migración e implementación de sistemas y servicios SAP dentro de AWS.

LA SOLUCIÓN - ENFOQUE HOLÍSTICO

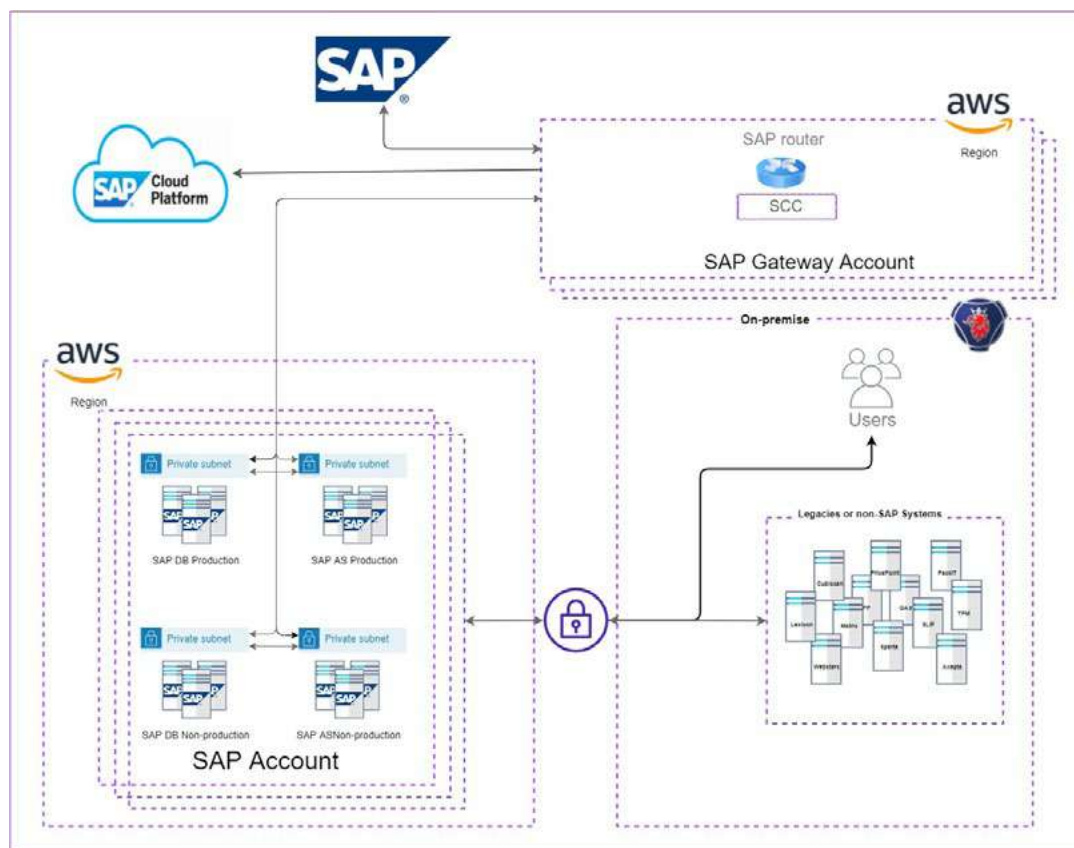
La primera colaboración (Design Phase) se realizó en tres etapas, siguiendo la metodología de **ZOI Migration Factory for SAP**.

Las etapas definidas por **ZOI Migration Factory for SAP** se corresponden con las tres etapas definidas en el programa MAP for SAP (Asses, Mobilize, Migrate and Modernize). En el caso de Asses, ZOI divide la misma en tres subfases que están pensadas para abordar cualquier proyecto de transformación digital:

- Descubrir: determinar la situación actual de SAP mediante el levantamiento de la situación actual de negocio y la tecnológica de la empresa.
- Lluvia de ideas: talleres dirigidos a debatir y consensuar las propuestas de negocio o tecnológicas, que persiguen el objetivo del proyecto SAP y que se fundamentan en las mejores prácticas que dictan tanto AWS como SAP.
- Planificación: preparar la documentación final, detallada a todos los niveles, de los elementos necesarios para llevar a cabo la implementación del diseño. En esta fase se determinan costes, recursos, tiempos y demás elementos necesarios para la toma de decisiones.

El objetivo principal de nuestro enfoque holístico es el cumplimiento de todas las normativas y buenas prácticas tanto de SAP como de AWS para albergar y proveer un excelente rendimiento, seguridad y resiliencia de sistemas y servicios SAP en AWS desde las tres perspectivas de SAP: Tecnología, Desarrollo y Funcionalidad.

Además, para comprobar que tanto el diseño como la metodología eran perfectas, se realizó una primera implementación de SAP BW/4HANA siguiendo esas prácticas y se logró implementar este nuevo diseño de cuentas, estrategia de migración, planificación, costes, recursos, etc., en menos de 2 meses.



Una vez terminada la fase de diseño junto al CLAD, se generó un nuevo tipo de cuenta de AWS en Scania en cumplimiento de las normativas, necesidades y buenas prácticas de SAP & AWS.

A continuación, en la fase de implementación, se procedió a instalar un greenfield de SAP BW/4HANA. Para ello, se optó por cubrir una de las necesidades presentadas por Scania, que consistía en automatizar los procesos de migración e implementaciones de SAP. En este caso, Zoi utilizó el servicio SAP Launch Wizard de AWS. Dicha utilidad está certificada por SAP para el despliegue automático de este tipo de entornos.

SAP Launch Wizard se encarga de crear Instancias EC2, volúmenes EBS, redes, así como de instalar la aplicación SAP y la base de datos, en este caso SAP BW/4HANA, y configurar AWS Backint

Agent para el almacenamiento de backups de Hana en S3.

Mediante el uso de AWS Launch Wizzard se lograron reducir hasta en un 75 % los tiempos de aprovisionamiento e instalación de BW/4HANA en comparación con una instalación tradicional.

En la actualidad, Scania, con la ayuda de su equipo ARC, ha adoptado las nuevas metodologías de trabajo diseñadas y probadas con Zoi para adecuar nuevos sistemas y migraciones de entornos SAP S/4HANA, SAP EWM, Solution Manager y otros.

Zoi sigue colaborando de forma continua con Scania para cubrir las necesidades y afrontar los retos que se puedan presentar en la actualidad o durante la migración de sus sistemas de SAP a AWS.

Dennis Popov, agile project manager en Scania Sales IT comenta: «Desde Scania estamos muy contentos de poder contar con un proveedor como Zoi,

que demuestra una gran capacitación cuando se trata de diseñar, crear e implementar infraestructuras SAP en AWS. Gracias a su propia metodología, el proyecto de diseño se ha podido implementar en un tiempo récord de **menos de 2 meses**, lo que tiene mucho mérito teniendo en cuenta que tanto el equipo de Scania como el de Zoi estaban trabajando durante la pandemia totalmente en remoto».

Juan Vargas, director de marketing y ventas en Zoi España: «Zoi está orgulloso de haber colaborado con AWS en el perfeccionamiento de AWS Launch Wizard que, posteriormente, utilizamos en este proyecto para Scania». ■

Sobre Scania

Scania es un proveedor líder mundial en soluciones de transporte, que incluye camiones, autobuses y motores pesados. Con más de 50 000 empleados en más de 100 países.

Junto con sus clientes y socios estratégicos, la empresa es pionera en la conducción autónoma y la electrificación de las principales flotas de transporte, lo que ha impulsado el cambio hacia el transporte sostenible.

Dennis Popov es agile project manager en Scania Sales IT y dirige un equipo, llamado ARC, formado por los siguientes grandes profesionales: Fred van de Langenberg, Marc Thys, Jatin Ashra, Gustav Arrhenius y Wali Ahmad Shahbaz.

Sobre Zoi

Zoi, está especializado en la consultoría y desarrollo de tecnologías y aplicaciones digitales basadas en Internet, la nube, datos e inteligencia artificial en las áreas de Internet de las Cosas, comercio minorista, fabricación y soluciones digitales para clientes.

Como facilitador de la transformación digital, Zoi lleva a la nube a las empresas grandes y medianas con sus respectivos requisitos especiales y únicos y digitaliza los procesos y áreas comerciales. Zoi opera desde siete países alrededor del mundo las 24 horas del día tanto para clientes nacionales como internacionales. Zoi tiene las siguientes competencias de AWS: SAP, DevOps, Retail e IoT. Y cuenta con el distintivo SAP Gold Partner.



¡Últimas noticias! Radio televisión Madrid actualiza su back-office a SAP S/4 HANA de la mano de Minsait

POR **ALFONSO MORENO MURILLO**
Senior Manager SAP Telco & Media

Radio Televisión Madrid S.A. (RTVM), entidad que agrupa los canales de televisión y radio Telemadrid y Onda Madrid, ha afrontado con éxito el proyecto de migración a SAP S/4HANA con Minsait. Este proyecto supone un paso fundamental en el proceso de transformación digital que RTVM está llevando a cabo.

RTVM es la sociedad mercantil de capital público que gestiona las cadenas locales de Televisión y Radio de la Comunidad de Madrid. Dentro de su complejo mapa de sistemas de información, los sistemas de gestión audiovisual forman el núcleo de los mismos, pero dado el carácter público de la entidad, las aplicaciones de soporte al negocio se antojan fundamentales. Sus principales retos son:

- ▶ Gestionar el acceso y la auditoría de la información económico-financiera con información accesible y fiable.
- ▶ Canalizar las necesidades de aprovisionamiento mediante procesos de negocio más ágiles.
- ▶ Controlar el presupuesto de producción de programas con un seguimiento de costes exhaustivo y detallado.

RTVM implantó SAP ECC en el año 2010 para configurar los procesos de soporte al negocio, aprovechando al máximo las posibilidades de la solución estándar, e incluyendo una capa de integración muy completa y eficiente con las distintas aplicaciones de negocio que gestionan la Producción de Programas, la Publicidad y la gestión de la Emisión entre otras.

Durante el año 2020, la Subdirección de Sistemas de Información de RTVM vio el momento oportuno para llevar a cabo la migración a SAP S/4/HANA. Para el proyecto de migración a la nueva plataforma sus responsables definieron las siguientes premisas de partida:

- ▶ Ejecutar la migración con el menor impacto para la Dirección Económico-Financiera de RTVM, sin necesidad de gestión de cambio.
- ▶ Mantener las interfaces con los sistemas de negocio en el mismo nivel de operatividad y eficiencia.
- ▶ Aprovechar el proceso para revisar, limpiar y eliminar datos obsoletos.



- ▶ Garantizar la disponibilidad y normal funcionamiento de los sistemas.

VAMOS A ORGANIZARNOS... EL ASSESSMENT

Para asegurar al máximo estas premisas, Minsait, una compañía de Indra, llevó a cabo un proyecto de consultoría inicial en el que se cubrieron los objetivos de obtener el diseño detallado de la arquitectura final, dimensionar y planificar el proyecto en los plazos más adecuados para el cliente y anticipar los principales riesgos técnicos, asegurando la continuidad de la integración con los sistemas de negocio. Desde un punto de vista funcional,

El proyecto ha tenido una duración de 6 meses y todas las fases se han ido cumpliendo regularmente

se presentaron a la Dirección Económica-Financiera los aspectos clave de la transformación y el impacto que se iba a producir en su gestión de los procesos de negocio.

Desde el área de Sistemas de RTVM se planteó la migración en base a tres ejes: la conversión de la base de datos y licencia asociada de DB2 a HANA; el robustecimiento de la infraestructura, que si bien ya era "ready for HANA" fue necesario ampliar para alinear los sistemas a los requerimientos de SAP S/4HANA; y por último, la selección del partner implementador, que debía conocer la plataforma de partida y tener amplia experiencia en migraciones a SAP S/4HANA. En este sentido, según Alberto Burguillo, responsable de Sistemas de RTVM "consideramos clave realizar la transformación de la mano de Minsait que es la empresa que ha estado manteniendo la plataforma de partida dentro del Servicio Gestionado de Mantenimiento de Aplicaciones de Soporte al Negocio y dispone de la especialización en los últimos años".

ATENCIÓN, ESTAMOS EN EL AIRE... EL PROYECTO

Se creó un equipo multidisciplinar con usuarios clave de la Dirección Económica-Financiera y de Sistemas de RTVM, así como con un equipo de profesionales con un nivel alto de experiencia en migraciones a SAP S/4HANA de Minsait, que dotaron al proyecto de la metodología adecuada y las lecciones aprendidas de otros proyectos similares.

El proyecto ha tenido una duración de 6 meses y todas las fases se han ido cumpliendo regularmente gracias al extraordinario compromiso tanto de la Subdirección de Sistemas de Información como de la Dirección Económico-Financiera de RTVM. Los primeros han asegurado la disponibilidad de recursos técnicos y humanos para el proyecto en aspectos clave como la integración con sistemas externos y la infraestructura. El área usuaria ha compartido la información clave de los procesos de negocio, validando con rapidez los procesos sobre la nueva plataforma.

El alcance funcional de los procesos soportados por la nueva plataforma abarca las siguientes áreas:

- ▶ Área de Finanzas.
- ▶ Área de Control de Gestión.
- ▶ Área de Compras y Almacenes.
- ▶ Área de Producción: Control Económico y Control Operativo a través del módulo de Proyectos.
- ▶ Área de Gestión de Producción Ajena.

Los principales objetivos que se definieron desde la Dirección Económico-Financiera se fijaron alrededor de la premisa inicial, planteada durante el proyecto de consultoría, de minimizar el impacto en la operativa de los usuarios finales.

En palabras de Miguel Angel Bernardo, jefe del Área de Contabilidad de RTVM: "El resultado ha sido una migración suave y sin sobresaltos. El equipo de Minsait ha velado por la continuidad de las tareas sin hacernos perder un solo día de trabajo, ha conseguido que todo el colectivo de usuarios no haya extrañado el uso de la nueva plataforma y se han anticipado a las posibles incidencias que pudieran ocurrir".

Otro aspecto importante que ha aportado el proyecto de Migración es la depuración de datos maestros realizada. Aprovechando la necesaria conversión a los Business Partners,



se depuraron muchos datos maestros obsoletos o incorrectos, una práctica que en implantaciones de SAP maduras se antoja básica para mejorar la calidad del dato.

LAS SECUELAS... LO QUE VIENE DESPUES

Con el nuevo sistema SAP S/4HANA en producción, el abanico de oportunidades de mejora es amplio, pudiéndose centrar en aspectos tecnológicos como:

- ▶ La experiencia de usuario SAP Fiori, para cambiar el concepto de transacción al del proceso de negocio.
- ▶ Aprovechamiento de la potencia de la plataforma HANA para desarrollar funciones analíticas y predictivas que no necesitan de un sistema analítico separado y se soportan desde el propio transaccional.
- ▶ Profundización en la automatización de procesos con las nuevas tecnologías incluidas en la plataforma, como iRPA.

"Han conseguido que todo el colectivo de usuarios no haya extrañado el uso de la nueva plataforma y se han anticipado a las posibles incidencias que pudieran ocurrir"

Miguel Angel Bernardo,
jefe del Área de Contabilidad de RTVM

Data Hunting: La respuesta de OREKA IT al reto de la empresa inteligente

POR MÁXIMO CALVO

Director de Innovación Tecnológica y Data Hunting

La empresa inteligente. Este, es uno de los eslóganes que SAP viene empleando desde hace bastante tiempo y que, lejos de convertirse en uno de esos mantras que terminan por quedarse rápidamente vacíos y desfasados, no deja de cobrar cada día más sentido y relevancia.



Constantemente están apareciendo nuevas tecnologías que cambian los paradigmas establecidos y obligan a las empresas a realizar grandes esfuerzos para mantenerse competitivas. Hoy en día, la protagonista indiscutible no es otra que la Inteligencia Artificial (IA), la cual, al igual que otras tecnologías recientes, es totalmente dependiente de los datos, siendo estos el combustible que está alimentando todos y cada uno de los grandes cambios tecnológicos que están ocurriendo en la última década.

Desde *Oreka IT*, sabedores de la importancia que supone la disponibilidad del dato, hemos decidido lanzar *Data Hunting*. Una nueva línea de negocio que llega para ayudar a las empresas a capturar toda esa amalgama de información, nueva o adicional, que necesitan para entender, mejorar e incluso predecir, lo que va a ocurrir en sus procesos productivos y unidades de negocio, transformándose, ahora sí, en empresas inteligentes.

Sin embargo, la diversidad de los tipos de dato, la heterogeneidad y variabilidad de los entornos de trabajo, y la complejidad de los sistemas que acaban alimentando, hacen que las tareas de extracción no sean sencillas y requieran de una alta atención al detalle. Por eso, desde *Oreka IT* hemos concebido *Data Hunting* como una línea de soluciones llave en mano, acompañando a nuestros clientes desde las fases más tempranas de definición hasta las fases finales del proceso, donde llevamos los sistemas a explotación.

Desde *Oreka IT*, a través de nuestro servicio *Data Hunting*, nos encargamos de absolutamente todo lo necesario, como la selección e instalación de sensores, el control de calidad de los datos, el correcto dimensionamiento de las capacidades computacionales, así como la selección de la mejor algoritmia para cada caso de uso concreto. Porque, no solamente nos focalizamos en la extracción del dato, sino que también implementamos soluciones de Inteligencia Artificial, basadas en Machine Learning o Deep Learning, cuando es necesario.

Pero no nos quedamos únicamente ahí. También trabajamos para que este proceso de adopción tecnológica no se vuelva un arma de doble filo para nuestros clientes, y que no tengan que decidir entre invertir una gran cantidad de recursos en la integración, o implementar algo totalmente inconexo con sus sistemas actuales, acrecentando la conocida brecha entre los departamentos operacionales y de negocio y el departamento de IT.

Para eliminar esta barrera entre ambos mundos, en *Oreka IT* apostamos por aquello que mejor sabemos hacer y que está integrado en nuestro ADN: la tecnología SAP. Apoyándonos en el abanico de servicios de la plataforma BTP, como por ejemplo IoT, iRPA, HANA, conseguimos unir los mundos de OT e IT generando soluciones “seamless”. De este modo, y a diferencia de otros productos del mercado, nuestros clientes recogen todos sus datos en un entorno integrado y totalmente adaptado a ellos, sin interfaces de trabajo complejas y desconocidas, permaneciendo competitivos y a la vanguardia con la total garantía y tranquilidad que aporta SAP, pudiendo centrarse así en lo que realmente es importante para ellos, su negocio.

Solamente el tiempo nos dirá hasta donde es capaz de llevarnos esta revolución de los datos. Ante nosotros tenemos un horizonte vibrante hacia el que en *Oreka IT* hemos decidido caminar de manera convencida, un camino donde esperamos encontrar compañeros de viaje que compartan nuestras inquietudes. Por eso, desde aquí invitamos a todos aquellos que queráis emprender este viaje con nosotros a que nos contactéis, o mejor aún, a que os acerquéis por el Stand 7 del próximo foro de AUSAPE, los próximos días 1 y 2 de junio en Sevilla, donde podremos charlar de todo esto de una manera personal, cercana y distendida. ■



CONVISTA

re(imagine)

su negocio con S/4HANA Cloud



RISE with SAP – Impulsando juntos la innovación empresarial

POR IGUACEL ORDEJÓN
Head of S/4HANA Move

POR JORGE PÉREZ
Head of S/4HANA Cloud – RISE with SAP

Las empresas que se obstinan en mantener el status quo no sobrevivirán y simplemente desaparecerán

Clayton Christensen, exprofesor de Administración de Empresas de la Escuela de Negocios de Harvard indicaba que “Romper con antiguos modelos de negocios siempre requerirá que los líderes sigan sus instintos y, siempre habrá razones persuasivas para no correr riesgos. Pero si solo haces lo que funcionó en el pasado, te despertarás un día y descubrirás que te han superado”.

Estos dos últimos años hemos aprendido que todas las empresas necesitan, más que nunca, desarrollar nuevos modelos de negocio capaces de lidiar con un entorno cada vez más disruptivo y ganar eficiencias para invertir en innovación. Transformarse con el reto añadido de asegurar sus operaciones.

RISE with SAP es la propuesta de SAP para lograrlo, porque empresas de todos los tamaños, industrias y geografías están demostrando que impulsa decididamente la innovación en sus organizaciones. De hecho, la innovación es hoy totalmente imprescindible para sobrevivir.

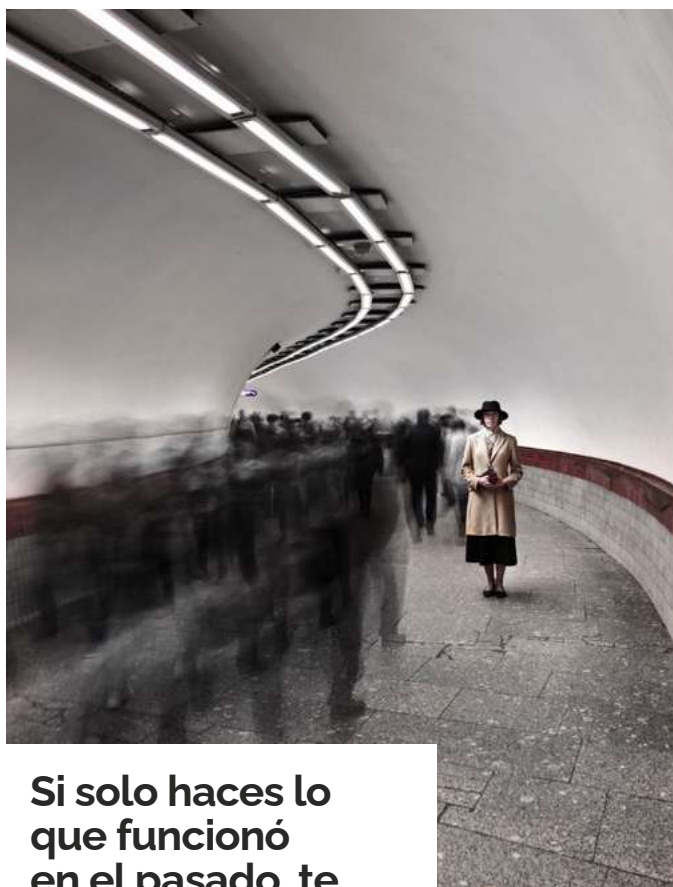
Desde 1955 hasta 2011, las empresas tardaban un promedio de 20 años en alcanzar una valoración de mil millones de dólares; las nuevas empresas digitales (unicornios) están llegando en solo 4.

Un ejemplo perfecto es Moderna, empresa de biotecnología pionera en el desarrollo de terapias y vacunas basadas en ARNm. Asegurar una gestión de procesos adecuada es crucial y SAP ha conseguido ayudarles a gestionar rápidamente su transición de startup a líder del mercado de vacunas. Su director ejecutivo, tomó la decisión de construir la plataforma de su empresa en la nube para crear lo que él llama “software para toda la vida”. Moderna hoy confía en SAP para ayudar a distribuir cientos de millones de dosis de vacunas al ejecutar sus operaciones en S/4HANA.

El éxito de Moderna ilustra los beneficios de velocidad, escalabilidad, innovación y productividad que solo la nube hace posible y que todas las empresas necesitan hoy en día.

La nube tiene un gran potencial, pero la mayoría de las empresas solo está explorando la superficie. McKinsey indica que casi todo el valor de adoptar la nube vendrá de la innovación y la optimización del negocio, y no tanto de la reducción de costes de TI, que es quizás en lo que aún hoy muchos están poniendo el foco. Esta llamada a la acción, nos confirma que los primeros en moverse obtendrán una parte desproporcionada del valor total generado por la innovación digital asociada.

Aquellos que van a sobrevivir y ganar, están impulsando el cambio ahora, abordando tres problemas comunes pero críticos:



**Si solo haces lo
que funcionó
en el pasado, te
despertarás un día
y descubrirás que
te han superado**

la necesidad de **desarrollar nuevos modelos de negocio** para evitar interrupciones en sus industrias y crear nuevas fuentes

de ingresos; el **impulso de nuevas eficiencias para reinvertir en el crecimiento** aprovechando las nuevas tecnologías (inteligencia artificial etc) automatizando procesos que sean una ventaja competitiva; y modernizar los sistemas de misión crítica garantizando la **continuidad del negocio**.



El valor de adoptar la nube vendrá de la innovación y la optimización del negocio, y no tanto de la reducción de costes de TI que es quizás en lo que aún hoy muchos están poniendo el foco

EL PARADIGMA DE LA INNOVACIÓN

RISE with SAP es el camino que proponemos para llevar los landscapes SAP de misión crítica a la nube e impulsar definitivamente la innovación empresarial, en el contexto de cada sector. Es el nuevo paradigma con información en tiempo real sobre procesos de negocio optimizados de forma continua.

Hablamos de incrementar los ingresos, por ejemplo, al contar con sistemas lo suficientemente versátiles como para facilitarnos la implementación de modelos de negocio que sean realmente diferenciadores en cada sector, basados en el uso y en suscripciones, de forma que una compañía pueda adaptarse rápidamente a la gestión de pedidos complejos, nuevos modelos de facturación y precios, reconocimiento de ingresos y elaboración de información financiera.

EL PARADIGMA DE LA INTELIGENCIA EN LOS PROCESOS

Es la posibilidad de afinar aún más el rendimiento en los procesos basándonos en su uso actual, en mejores prácticas y en comparativas de sector, con resultados en tiempo real basados en múltiples fuentes de datos. O incluso de acelerar estos procesos con insights específicos sobre el valor de la automatización y su disponibilidad. En resumen, tener la posibilidad de poder dar prioridad a las oportunidades de optimización, con resultados instantáneos sobre los procesos, actividades y tareas, con acceso a causas raíz, y comparaciones con KPIs actuales de la organización.

CONTINUIDAD DE NEGOCIO

Tenemos la necesidad de hacer funcionar las operaciones de misión crítica a escala global, con requerimientos específicos de negocio, específicos de región y específicos de país, que tienen que estar embebidos en las soluciones para posibilitar el cumplimiento de unas normativas que cambian continuamente y una regulación impositiva cada vez más exigente.

Se trata de ir a la nube sin comprometer nuestras operaciones, con funcionalidades para la innovación y la integración, para la gestión masiva de datos y para poder extender sus funcionalidades y desarrollar en un paradigma de low-code/no-code de forma

flexible y simple. Ámbitos en los que el ecosistema de partners de SAP se vuelve cada vez más valioso.

RISE with SAP es la solución integral que SAP propone para conseguir lo tres objetivos proporcionando:

- ▶ Como componente central, SAP S/4HANA Cloud y todas las soluciones de software SAP disponibles.
- ▶ Mejores Prácticas y cobertura funcional con verticales en la nube para 25 sectores, extensibles y adaptables con SAP Business Technology Platform.
- ▶ Análisis e inteligencia de procesos de negocio con SAP Business Process Intelligence.
- ▶ Servicios gestionados Cloud tanto de SAP como de todo su ecosistema de partners.

RISE with SAP es una solución completa que permite a las empresas liderar en sus sectores, innovar de forma continua y asegurar la continuidad de sus operaciones, teniendo a SAP como socio de confianza, junto al ecosistema de partners. El resultado es la posibilidad real de convertirnos en empresas inteligentes, conectadas y sostenibles, en la nube. ■



SuccesFactors Work Zone: Puesto de trabajo de nueva generación

POR **LUIS MARCHENA RONDA**

Responsable Desarrollo de Negocio y Estrategia SAP HXM en Inetum

El concepto de lo que entendemos por puesto de trabajo ha cambiado de forma radical en los últimos años. Las personas han dejado de vincular el puesto a un lugar físico y han pasado a considerarlo un espacio virtual desde el que poder desempeñar su trabajo con independencia del lugar en el que se encuentren.

Este cambio en la forma de trabajar está obligando a las organizaciones a adaptar sus soluciones de empleado a esa nueva realidad y a lo que demandan los empleados para el desempeño de su actividad y funciones.

Con SuccessFactors Work Zone llega la nueva y esperada solución para dar respuesta a un puesto de trabajo digital de nueva generación. Atrás quedan los portales tradicionales que han servido para acercar la empresa al empleado. SuccessFactors Work Zone nace para cubrir las necesidades de usabilidad, disponibilidad y seguridad que requiere una organización moderna para el despliegue de servicios al empleado a través de un único punto de acceso.

Es muy habitual que los empleados tengan que acceder a diez o más aplicaciones diferentes para realizar tareas sencillas. La solución SuccessFactors Work Zone liberada a finales de 2020 ofrece al empleado la posibilidad de acceder desde un único punto y a través de cualquier tipo de dispositivo a todo aquello que requiere para el desempeño de su trabajo evitando silos tecnológicos y creando una única y cuidada experiencia de usuario con independencia de la tecnología que subyace a los servicios a los que está accediendo.

De este modo, y a través de una solución basada en tecnología cloud, podemos facilitar al empleado el acceso

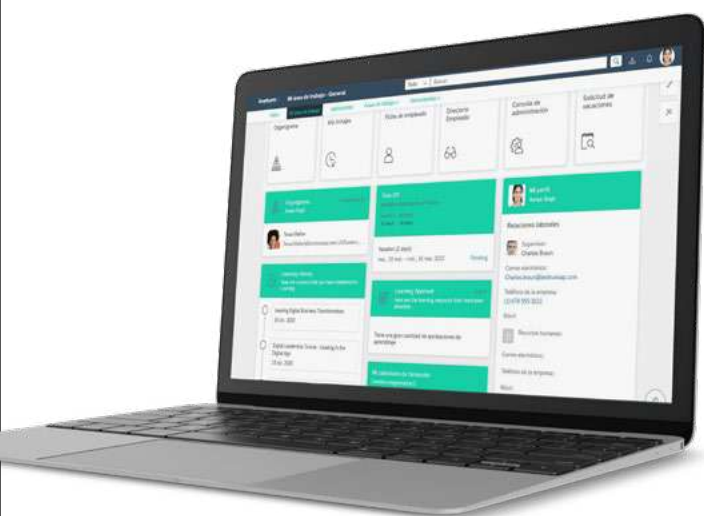
La forma de trabajar está obligando a las organizaciones a adaptar sus soluciones de empleado a esa nueva realidad y a lo que demandan los empleados para el desempeño de su actividad y funciones

a sus herramientas profesionales y a sus espacios de comunicación y colaborativos.

Analizando las estructuras que ofrece la solución, en SuccessFactors Work Zone se dispone de los siguientes espacios de trabajo que contribuyen a la cobertura total de las necesidades del empleado en la organización:

- ▶ **Inicio.** Hablamos de las secciones-páginas desde donde el empleado puede tener acceso a noticias, comunicados, documentos y en definitiva a todo aquello que necesite saber de su empresa. La herramienta ofrece a los gestores más de veinticinco tipos distintos de componentes a través de los que poder editar y ofrecer todo tipo de contenidos (imágenes, videos, encuestas...) con innumerables opciones de filtro y criterios de ordenación o muestra.
- ▶ **Mi área de trabajo.** Es el espacio personal del empleado en SuccessFactors Work Zone. Se trata del punto destinado a que el empleado pueda predeterminar la herramienta adaptándola a sus necesidades a partir de preselecciones de contenidos y aplicaciones favoritas.
- ▶ **Aplicaciones.** Launchpad SAP desde donde acceder a aplicaciones Fiori manteniendo en todo momento una única y exclusiva experiencia de usuario en toda la navegación por la plataforma.
- ▶ **Áreas de trabajo.** Grupos públicos y privados con máxima capacidad de adaptación a criterios fijados por los administradores de grupo. Desde estas áreas de trabajo los empleados podrán acceder a contenidos y documentación específica y segmentada y podrán colaborar, aportar su conocimiento y compartir ideas con otros integrantes del grupo.
- ▶ **Herramientas.** Acceso a herramientas de productividad para el empleado tales como calendario, gestión de tareas así como acceso directo a la base de datos del conocimiento disponible desde Work Zone donde poder crear un espacio de artículos de interés categorizados por temáticas.





Entrando en aspectos más de detalle, SuccessFactors Work Zone se integra con las funcionalidades y procesos disponibles en SuccessFactors y, además, incorpora un conjunto de servicios a través de la SAP Business Technology Platform (SAP BTP) tales como el diseñador de temas, la gestión de workflows o la gestión de integraciones con aplicaciones terceras, entre otras.

La integración con SuccessFactors ofrece un paquete de contenidos de RRHH (requiere licenciamiento SuccessFactors) con hasta 19 tarjetas disponibles, experiencias guiadas y áreas de trabajo específicas, todo ello unido a widgets estándar para ofrecer todo lo que a nivel comunicativo y de colaboración requiere el empleado.

Y para los casos en los que sea necesaria una alta adaptación a requerimientos específicos de cliente, SuccessFactors Work Zone permite el desarrollo y activación de UI Integration Cards (icards) basadas en SAPUI5 y HTML5 para completar la solución y ajustarla a aspectos funcionales y técnicos de cliente, crear aplicaciones Fiori accesibles a través del launchpad desde el área

Todos los enfoques son perfectamente válidos y la idoneidad de uno u otro dependerá del nivel de complejidad del modelo que cada organización necesite disponer para dar cobertura a las necesidades de sus empleados

de Aplicaciones o la posibilidad de aprovechar las capacidades de integración disponibles a través de conectores estándar con herramientas como Microsoft Teams, Google Drive o SAP Chatbot, entre otras.

A partir de aquí, los modelos para el despliegue de la solución pueden ser muy diferentes, dependiendo de la estrategia seguida, pudiendo optar por:

- ▶ Un despliegue rápido, aprovechando los componentes y capacidades estándar de la solución.
- ▶ Un proyecto incorporando icards y conectores a medida para adaptar la solución a requerimientos específicos.
- ▶ Un proyecto faseado, iniciando una activación estándar para luego incorporar progresivamente desarrollos específicos vía las icards y/o aplicaciones Fiori en siguientes fases de proyecto.

Todos los enfoques son perfectamente válidos y la idoneidad de uno u otro dependerá del nivel de complejidad del modelo que cada organización necesite disponer para dar cobertura a las necesidades de sus empleados. Lo importante en este caso es que, a través de SuccessFactors Work Zone, existe un modelo de despliegue para ti que permite que tus empleados estén conectados entre sí y conectados con la organización a través de una plataforma de fácil uso, segura y flexible.■



SAP reconoce a Sothis como consultora experta en la digitalización de la gestión de gastos corporativos

POR SOTHIS



La certificación prueba la experiencia y el conocimiento de Sothis a la hora de implantar SAP Concur y certifica la garantía de excelencia para las compañías y entidades que integran la solución

Sothis, compañía especializada en soluciones integradas de tecnologías de la información, ingeniería, consultoría digital y gestión empresarial, ha sido reconocida como partner oficial de SAP Concur, solución de SAP basada en las best practices del sector, que permite a las organizaciones de cualquier tamaño ahorrar tiempo y dinero automatizando y simplificando sus procesos de gestión de gastos.

Se trata de un software de eficacia probada y fundamentada en la experiencia en numerosas implementaciones, tanto a nivel nacional como internacional, siendo además la aplicación de gestión y gastos mejor valorada por los usuarios.



SAP Concur se diferencia de sus competidores por ofrecer funcionalidades únicas en el mercado, como es la gestión del kilometraje automático; auditorías dentro de la aplicación para garantizar que se cumplen las políticas estipuladas y evitar fraudes; reservas online integradas para viajes o soporte técnico las 24 horas del día, entre muchas otras ventajas.

Así, la compañía SAP, líder en soluciones tecnológicas a nivel global, reconoce el trabajo de Sothis en la digitalización de los procesos de gestión de gastos corporativos de las empresas de la mano de la herramienta SAP Concur.

Esta certificación prueba la experiencia acumulada y el conocimiento particular de Sothis a la hora de implantar la solución y certifica la garantía de excelencia para las compañías y entidades que integran SAP Concur.

SAP Concur, herramienta que también cuenta con la homologación por parte de la Agencia Tributaria (AEAT), permite a las compañías automatizar y optimizar la gestión de sus gastos corporativos, reduciendo el tiempo de dedicación y control manual gracias a los distintos flujos de aprobación y niveles de control que se establecen en la herramienta.

La herramienta propone un modelo end to end, desde la planificación del empleado hasta la generación de informes financieros, permitiendo ahorrar tiempo y costes al poder automatizar y simplificar procesos. En todo este proceso, es posible realizar un seguimiento completo y tener el control de los gastos reales frente a los planificados.

Con SAP Concur se evitan errores derivados de una burocracia manual e incluso es posible recuperar el IVA de muchos de los gastos efectuados, gracias al ecosistema de socios de IVA de su App Center, entre los que se incluyen empresas como Booking, Uber, FreeNow, Airbnb o Cabify.

Desde la planificación del empleado hasta la generación de informes financieros, permitiendo ahorrar tiempo y costes al poder automatizar y simplificar procesos



Obtener información estratégica precisa y prácticamente en tiempo real, que permite impulsar la rentabilidad, así como una visión completa de los presupuestos del negocio y la posibilidad de realizar un análisis predictivo.

al partner con mayor volumen de ventas Rise en midmarket, para certificar la excelencia de la consultora en la implantación y el desarrollo de soluciones ad hoc con tecnología SAP para mejorar procesos, servicios y productos de empresas, ayudándolas en su transformación digital.

Javier Ramón-Baviera, director de la Unidad de Negocio SAP en Sothis, explica que “este reconocimiento refuerza nuestra alianza con SAP y nos fortalece como partner de confianza capaz de implantar sus soluciones con la máxima eficacia. Es un orgullo para nosotros recibir esta distinción, que nos ayudará a seguir guiando y acompañando a nuevas empresas en su transformación digital”. ■



En esta era del Big Data, los datos proporcionan un activo muy valioso para la toma de decisiones. Por ello, SAP Concur dispone de una plataforma que permite visualizar los datos, desde la planificación hasta el reembolso, prácticamente en tiempo real. Esto permite realizar una planificación más exhaustiva y la posibilidad de anticiparse mejor ante posibles cambios.

Además, con la integración de esta herramienta con S/4 HANA Cloud, se logra obtener información estratégica precisa y prácticamente en tiempo real, que permite impulsar la rentabilidad, así como una visión completa de los presupuestos del negocio y la posibilidad de realizar un análisis predictivo. Gracias a ello, se logra mejorar la toma de decisiones, y así actuar basándonos en la información objetiva que nos brindan los datos.

Con SAP Concur es posible también mejorar la experiencia de los empleados y, por tanto, su satisfacción. Pueden contar con una aplicación muy intuitiva y sencilla de usar, en la que añadir recibos con una simple fotografía del ticket, asegurando que la factura electrónica viaja de forma segura y con un reembolso rápido. Un ahorro de tiempo de procesamiento de informes de gasto en torno al 70%.

La herramienta también cuenta con funcionalidades que permiten a las compañías usuarias de esta suite reforzar su compromiso con el medio ambiente, a través de una completa visibilidad de las emisiones de carbono y emisiones producidas en aspectos como viajes o desplazamientos y la posibilidad de escoger destinos y proveedores según el impacto medioambiental.

El reconocimiento a Sothis como partner oficial de SAP Concur, se suma a otros ya otorgados por SAP, como el premio

¿Qué inversiones en cloud hay que priorizar a corto plazo?

POR RICARDO CASANOVAS

Vicepresidente del área de productos e innovación SAP en Syntax

El modelo cloud ha alcanzado un estado de madurez tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda. Para avanzar en sus estrategias digitales y conseguir infraestructuras tecnológicas más resilientes, las organizaciones concentrarán sus inversiones en cloud en torno a la optimización de la gestión de entornos multicloud, el desarrollo y la modernización de aplicaciones basadas en contenedores, la explotación de los datos de forma inteligente, la sostenibilidad de las TI y la seguridad cloud gestionada.

La agenda de los CIOs y sus equipos sigue marcada por la urgencia digital, que requiere habilitar nuevos ecosistemas, procesos y modelos de negocio, que sean flexibles, ágiles y escalables. En este contexto, tecnologías como la Inteligencia Artificial, Big Data y Analítica, o Internet de las Cosas, van a ser claves para lograrlo, y en la base para abordar estos proyectos está la infraestructura cloud. No en vano, según un white paper que ha realizado la firma Penteo, en el que ofrece una visión de los servicios de Consultoría de Syntax para migrar entornos SAP a la nube pública, sus expertos afirman que el mercado de Infraestructura como Servicio (IaaS, en su acrónimo inglés) ha entrado en una etapa de madurez, tanto desde el punto de vista de la oferta con productos, servicios y empresas sólidos, como de la demanda que comprende el valor real de la tecnología, su propósito y sabe aplicarlo adecuadamente a sus necesidades”.

34% de los procesos empresariales se ejecutan en la nube

De hecho, según sus datos, el 34% de los procesos empresariales se ejecutan en la nube, lo que supone un incremento en relación a los datos de 2019, que se situaba en el 28%. Además, el volumen de empresas que ejecuta más del 20% de sus procesos en cloud, también ha aumentado pasando del 44% al 67% actual, lo que confirma una fuerte tracción en el mercado. Y, lo que es más importante, las empresas perciben claramente los beneficios de trasladar su sistemas a este modelo.

En noviembre, cuando el equipo de Syntax analizó las tendencias que definirían la evolución de cloud, identificamos que las empresas que ya han definido su estrategia cloud apostarían por ir hacia modelos de despliegues que aporten más valor a las inversiones realizadas, optando por implementaciones basadas



en refactorización ('refactoring'), que implican una reconstrucción completa de las aplicaciones, y en la optimización de los sistemas operativos y las aplicaciones ('replatforming'). El objetivo es conseguir más eficiencia en un entorno de nube para aprovechar mejor las capacidades de escalabilidad y flexibilidad. Eso implica más atención en las fases previas y posteriores de los proyectos para conseguir mayor optimización, automatización e integración de los diferentes entornos de TI.



El objetivo es conseguir más eficiencia en un entorno de nube para aprovechar mejor las capacidades de escalabilidad y flexibilidad

Avanzados los primeros meses del año, hemos confirmado que esto está siendo así, y hemos realizado un análisis para identificar las tendencias de inversión en cloud que están priorizando las organizaciones.

TENDENCIA 1. LA REDEFINICIÓN DE MULTICLOUD

Hoy en día, el escenario de infraestructura en la mayoría de las empresas es un modelo híbrido o de múltiples nubes, compuesto por entornos de cloud pública y privada, así como centros de datos on-premise tradicionales y computación en el extremo (edge computing). Por eso, gran parte de presupuesto destinado a cloud irá a parar a creación de mecanismos de control y gestión uniformes que permitan una gestión centralizada, eficiente y que cumpla con las exigencias regulatorias.

TENDENCIA 2. LA TECNOLOGÍA DE CONTENEDORES PARA IMPULSAR "NUBES NATIVAS"

Para conseguir en enfoque nativo en cloud, cobran importancia los contenedores, por su papel tanto en la migración de funciones de las aplicaciones monolíticas como en el despliegue de partes de aplicaciones en dispositivos en el extremo como, por ejemplo, en escenarios de IoT. Como tecnología madura, los contenedores se establecerán firmemente en las infraestructuras de TI de las organizaciones. Por ejemplo, en entornos SAP, las empresas confían cada vez más en SAP Digital Manufacturing Cloud, que también puede extenderse a dispositivos conectados en el edge, mediante el uso de tecnología de contenedores. Esto crea procesos más transparentes y representa un paso importante hacia la producción digital.

TENDENCIA 3. ANALÍTICA BASADA EN IA Y ML EN LA NUBE

Las empresas apuestan cada vez más los procesos de analítica cloud para optimizar y automatizar sus procesos de toma de decisiones estratégicas, conscientes de que los algoritmos que utilizan inteligencia artificial y aprendizaje automático les ayudan a convertir los datos en información de valor. Cloud, con los servicios de data lakes de las plataformas de nube pública, ofrece grandes posibilidades que en la mayoría de los casos superan



el rendimiento de los entornos on-premise clásicos, en ámbitos en el que se hace un uso intensivo de los datos, como la fabricación digital.

TENDENCIA 4. SOSTENIBILIDAD Y GREEN IT

La sostenibilidad de las TI ocupará un lugar destacado en la agenda de las empresas. La demanda de potencia informática y el consumo de energía asociado aumentan constantemente, y las migraciones a cloud conllevan un uso más eficiente basado en la demanda de los recursos tecnológicos, ahorros en hardware y la utilización de centros de datos de bajo consumo. Por ejemplo, los planes de Amazon Web Services (AWS) son emplear solo fuentes de energía renovable a partir de 2030.

TENDENCIA 5. SEGURIDAD GESTIONADA EN LA NUBE

El aumento de los ataques de ransomware en los centros de datos corporativos hará que cada vez más administradores de TI protejan los datos críticos de negocio en cloud, a través de mecanismos de recuperación ante desastres. Esto suele ser una tarea muy compleja, especialmente en entornos híbridos y de múltiples nubes, esta suele ser una tarea muy compleja. Como alternativa a la creación de su propio Centro de Operaciones de Seguridad (SOC), la tendencia es cada vez más la subcontratación de estas actividades a un proveedor de servicios con capacidades y experiencia contrastada en gestionar la ciberseguridad. ■

Una nueva unidad de Data & Analytics en SEIDOR. Más global, más potente

POR **NICOLÁS VIVOT Y MARCIAL CHINCHILLA**

Codirectores de Data & Analytics en SEIDOR

UNA UNIDAD MÁS INNOVADORA

La unidad de Data & Analytics de SEIDOR es un área de negocio muy potente dentro de la compañía. Su objetivo principal es otorgar a nuestros clientes soluciones de vanguardia tecnológica centradas en el dato y en la analítica para ayudar e impulsar el crecimiento de sus negocios.

Para ello, hemos multiplicado nuestros recursos, aumentado nuestra capacidad comercial y fortalecido nuestro portafolio para ayudar a un mayor número de clientes en España, pero también en el resto de Europa, Oriente Medio, África y LATAM. Reforzando así nuestra competitividad en el sector tecnológico.

Actualmente, somos más de 100 especialistas en innovación, data science y en SAP a nivel nacional, a disposición de nuestros clientes para seguir ayudándoles a hacer frente sus retos tecnológicos. Y, a nivel global, pasamos a dar cobertura a 40 países, con un equipo de más de 250 profesionales y a facturar más de 22 millones de euros anuales, con un volumen de más de 350 clientes y más de 700 proyectos cada año.

EXPERTISE Y PORTAFOLIO

SEIDOR va más allá de recomendar e implementar plataformas tecnológicas. Apoyamos a nuestros clientes, acercándolos a un futuro más humano y real de la mano de la tecnología, ayudándolos en sus procesos de transformación digital de forma integral, entendiendo sus procesos, necesidades y aportando valor con proyectos modernos y disruptivos que potencien el desarrollo de sus negocios.

Parte del abanico de soluciones de la unidad de Data & Analytics se enfoca en tecnologías de innovación y data science, y el más completo expertise SAP en: Business Intelligence, Enterprise Information Management, Enterprise Planning and Analytics, Data Warehouse, SAP HANA.

Una parte importante de nuestro portafolio se basa en tecnología SAP. Es por ello por lo que nos hemos enfocado en obtener las certificaciones de la marca y así conseguir el SAP Recognized Expertise (REX) en las 5 categorías principales de SAP Data & Analytics: Business Intelligence, Enterprise Información Management, Enterprise Planning & Analytics, Data Warehouse y SAP HANA.

CO-INNOVACIÓN Y CAT 112

Dentro de Data Science, promovemos proyectos de co-innovación con nuestros clientes. Donde desarrollamos soluciones disruptivas que dan respuesta a diferentes problemáticas de sus negocios, tales como: optimización de la distribución de productos en el almacén para reducir el tiempo de picking, análisis del sentimiento para potenciar la experiencia cliente, video analytics para posicio-

“Estamos muy entusiasmados con esta nueva división de Data & Analytics en SEIDOR, que reúne diferentes equipos y que afianza la relación entre todos los países, compartiendo conocimiento y colaboración en futuros proyectos.”

Nicolás Vivot,
Codirector de Data & Analytics en SEIDOR



nar productos en tiendas y estudios de patrones de compras para entregar recomendaciones personalizadas.

Un proyecto importante que resaltar, por su factor de innovación e implicación a nivel social lo implementamos el año pasado en el servicio de Emergencias de Cataluña CAT112. Consiste en un algoritmo de predicción de volumen de llamadas basado en diferentes variables (eventos concretos y eventos recurrentes tomados





de datos históricos, tanto internos como externos). Con esta solución, ahora pueden optimizar el dimensionamiento de los equipos humanos que requiere su call center, y así dar respuesta a las emergencias de la comunidad de forma más eficiente.

SAP QUALITY AWARDS 2021 Y HOCHLAND

Pero eso no es todo, ya que también hemos elaborado e implementado otros casos de éxito con importantes empresas a nivel nacional. Y nos sentimos orgullosos de poder contar también con importantes reconocimientos como los SAP Quality Awards en proyectos de innovación con empresas como Hochland, La Sirena y PUIG.

El año pasado, Hochland Española fue galardonado en el Top 5 de la categoría Digital Pioneer en los SAP Quality Awards 2021, un espacio donde se premian implementaciones innovadoras de Software SAP que integran soluciones avanzadas como: Inteligencia Artificial, Machine Learning, Data Intelligence, entre otras.

Este proyecto de analítica avanzada con SAP Advanced Analytics Cloud y SAP Cloud Platform (BTP) significó para Hochland Española el inicio de su proceso de transformación digital y el posicionamiento del equipo local como un referente a nivel global. Debido a que, por primera vez, están brindando capacidades analíticas avanzadas, casi en tiempo real y para diferentes departamentos (cadena de suministro, comercial, finanzas, adquisiciones, IT, entre otros). Lo que está permitiendo a su vez la optimización de procesos de forma colaborativa, la toma de decisiones de una manera más ágil y asertiva y la incorporación de análisis predictivo para conocimientos avanzados.

Actualmente, este proyecto ya ha tenido impacto sobre el negocio. Y es que les otorgó la oportunidad de reformular los procesos a nivel de servicio cliente, les aportó perspectivas que afectaron a los procedimientos de almacén y abastecimiento e influyeron

en la reducción de costos. Sin olvidarnos de la mejora en el acceso de la información que actualmente es mucho más ágil y como todo esto está generando conversaciones entre los diferentes departamentos para optimizar los procedimientos. También incorporó capacidades de geolocalización y mapas de calor. Y en un futuro se prevé que abra nuevas posibilidades para seguir innovando en términos de análisis predictivos y mucho más. ■

“Ahora contamos con información confiable en tiempo real para una mejor toma de decisiones. Esta solución nos ha permitido revisar y rediseñar los procesos de nuestra empresa, haciéndolos más colaborativos entre departamentos.”

Juan Carlos Mansilla,
I.T. Manager en Hochland

“Unidos, nuestro equipo de Data & Analytics es único y extraordinario, gracias a nuestras capacidades, experiencias y especialización. Con un objetivo muy claro, crecer todos juntos.”

Marcial Chinchilla,
Codirector de Data & Analytics en SEIDOR



La hiperpersonalización de la experiencia: así se logra fidelizar a los clientes

POR SANDRA VALTIERRA

Customer Experience & Engagement Manager en NTT DATA

No cabe duda, el término de moda en el ámbito del marketing digital en 2022 es la hiperpersonalización. El mercado está muy saturado y, ante tanta competencia, retener a los clientes es un reto cada día más complejo, que pasa por ser capaces de captar y mantener su atención cuando esta es más fugaz que nunca.

La definición estratégica con nuestros clientes es clave. Necesitamos escucharlos y conocer de primera mano sus necesidades así como sus sentimientos a lo largo de toda su experiencia comercial sólo así será posible actuar a escala y tener el objetivo de hiperpersonalización que buscamos.

De ahí que la hiperpersonalización sea esencial para que, por ejemplo, las campañas de marketing sean efectivas y el consumidor repare en nuestros productos. Pero esto solo es posible siempre y cuando contemos con la tecnología necesaria que nos permita tener un impacto a escala.

¿Conoces las ventajas de la hiperpersonalización?

¿MERECE LA PENA LA INVERSIÓN?

La personalización estándar hace uso de información como el nombre del cliente, su ubicación o su historial de compras. Sin embargo, la hiperpersonalización va mucho más allá y aprovecha otros factores como los patrones de compra y diversos datos

Retener a los clientes es un reto cada día más complejo, que pasa por ser capaces de captar y mantener su atención cuando esta es más fugaz que nunca

de comportamiento del cliente, que permiten conocer más en profundidad qué busca. Se trata de un proceso que nos permite medir y gestionar la experiencia en todos los momentos y canales de nuestra relación con el cliente con un claro propósito: ofrecer y satisfacer a nuestros clientes con aquellos productos o servicios que realmente necesite, valore y repita.

A la hora de barajar el uso de esta estrategia, hay que tener en cuenta dos cosas: por un lado, que la hiperpersonalización puede otorgar una gran ventaja competitiva a una empresa y, por otro, que es necesario contar con la tecnología y el conocimiento ade-

cuados para implementarla. En NTT DATA, tenemos claro que los beneficios justifican la inversión.

Tal y como reflejan algunos estudios, el uso de estrategias de hiperpersonalización arroja mayores ingresos y tasas de conversión.

De acuerdo con el informe *Personalization Maturity Index* de Boston Consulting Group (BCG), los vendedores que utilizan la hiperpersonalización han visto crecer sus ingresos en un 25 %.

UNA HERRAMIENTA QUE YA ESTÁ DANDO RESULTADOS EN OTROS SECTORES

En otros sectores, como el del entretenimiento, hemos visto a empresas como Netflix hacer un gran uso de la hiperpersonalización. Esta plataforma de *streaming* no solo nos recomienda las series y películas que más nos pueden interesar basándose en nuestros visionados, sino que su uso de la personalización va mucho más allá. Por ejemplo, las portadas de las películas y series se adaptan a las preferencias, patrones y gustos de cada consumidor. El caso de *Pulp Fiction* es representativo: la miniatura que aparece en la interfaz del servicio nos mostrará a John Travolta bajo el título de la película si hemos visto contenido protagonizado por el actor recientemente; por el contrario, si el algoritmo intuye que somos fans de Uma Thurman, probablemente lo que veamos sea el mítico poster del filme, en el que ella es la protagonista.

Es innegable que ofrecer una experiencia del cliente muy personalizada es tendencia. No obstante, muchas de las compañías





que aseguran haberse subido al tren de la hiperpersonalización siguen segmentando a sus clientes en base a modelos y patrones tradicionales, relacionados principalmente con su interacción con nuestra marca.

Sin embargo, los programas y las herramientas tecnológicas que han propiciado el salto a la hiperpersonalización permiten tener en cuenta otros indicadores que contribuyen a un modelo de relación exitoso: los sentimientos y el conocimiento del cliente. En este sentido, Estados Unidos está a la vanguardia, porque su inversión es mayor en tecnologías como la inteligencia artificial (IA), el aprendizaje automático o el análisis de datos.

CLAVES PARA UNA HIPERPERSONALIZACIÓN REAL

Diseñar un proceso de compra altamente personalizado e implementar la tecnología que lo permite no es una tarea fácil, y hay ciertos pasos o soluciones que son esenciales para lograrlo. Este es el caso, por ejemplo de XM Discover de Qualtrics, que ayuda a las empresas a obtener información y a actuar sobre las experiencias de sus clientes.

Hay que **recoger información en profundidad** sobre el cliente, medir qué sentimientos le despierta nuestra marca y cuál es su proceso de decisión antes de cada compra. Con ello podremos conocer sus expectativas y cumplirlas. La **IA y otras tecnologías** permiten analizar estos datos para actuar en tiempo real y a gran escala, pero no es necesario medirlo todo, sino que hay que **fijarse en ciertos objetivos clave**.

La idea es **personalizar sin saturar**. Hay muchas formas de recopilar información sobre los clientes y muchas fórmulas de que les llegue el contenido adecuado sin aburrirlos. Mediante una **escucha omnicanal** que incluya redes sociales y otros canales, podrás descubrir tendencias y comportamientos que pueden resultarte útiles en tu estrategia. Recuerda además que es esencial **alinear los objetivos de la experiencia del cliente con los KPI de la empresa**.

HACIA UN MODELO "PHYGITAL"

Vivimos en un momento en el que la realidad física no deja de conectar con la digital. Es decir, donde es necesario integrar ambos entornos para generar una experiencia de compra omnicanal. Hablamos de la era phygital en la que la hiperpersonalización cobra más importancia que nunca.

Ya hemos citado dos tecnologías de vanguardia que son esenciales: la **IA y el aprendi-**



Medir qué sentimientos le despierta nuestra marca y cuál es su proceso de decisión antes de cada compra

zaje automático, que juegan un papel clave en el procesamiento del lenguaje. Pero la tecnología no sirve de nada si los empleados no están involucrados en el proceso de hiperpersonalización, pues ellos deben encargarse de comunicar las necesidades y experiencias de los clientes dentro de la empresa. Es fundamental que los profesionales de una compañía formen parte activa en la alimentación de los datos y obtengan todas las capacidades y elementos para ser la máxima representación de la hiperpersonalización. Por eso, desde NTT DATA apostamos por una experiencia phygital: una fusión de lo físico y lo digital, con un enfoque de 360 grados, que abarque todo el proceso.

De este modo, es más sencillo combinar los datos internos de la empresa (transacciones, segmentos, operaciones, logística, distribución, proveedores) con los datos externos (feedback de clientes, encuestas, reviews, llamadas, comentarios en redes, actividad). Teniendo en cuenta todos estos datos, podremos analizar e identificar los puntos clave de la experiencia del cliente, y solo así alcanzaremos una hiperpersonalización que necesitan y buscan encontrar nuestros clientes y que hará que sigan eligiéndonos y no a la competencia... ■



Externaliza tu nómina con SuccessFactors de la mano de Integra

POR **SANDRA MORERA**
Sales Director Integra

La plataforma emplea360 nace como el fruto de la alianza entre Integra y SAP. Integra pone a tu alcance la plataforma líder de mercado (SAP-SuccessFactors), por un coste reducido vía un modelo de nómina gestionada (Business Process Outsourcing o Technical Business Process Outsourcing)

ALGUNOS ASPECTOS CLAVE DE emplea360

- ▶ Licenciamiento PMC (Partner Management Cloud) sin mínimo de empleados
- ▶ Aceleradores y convenios preconfigurados con los que agilizar los tiempos de proyecto
- ▶ Metodología AGILE
- ▶ Modelo de externalización flexible: BPO (Business Process Outsourcing), TBPO (Technical Business Process Outsourcing) o modelos híbridos.
- ▶ Catálogo de productos propios de Integra con los que perfeccionar y potenciar al máximo la herramienta, por ejemplo: Integra Flex con el que poder ofrecer a los empleados un autoserivicio para gestionar sus beneficios sociales
- ▶ Casos de éxito y referencias que demuestran el éxito del producto emplea360

PMC (PARTNER MANAGED CLOUD)



LA PROPUESTA DE VALOR DE LA SOLUCIÓN emplea360

- ▶ Reducción de costes
- ▶ Optimización e integración de procesos en la plataforma SuccessFactors



- ▶ Descentralización de tareas y descarga del departamento de Recursos Humanos
- ▶ Movilidad, conexión en cualquier momento desde cualquier lugar
- ▶ Reducción de tareas improductivas
- ▶ Mayor control de resultados
- ▶ Transformación digital

MODELO PROPUESTO POR INTEGRA

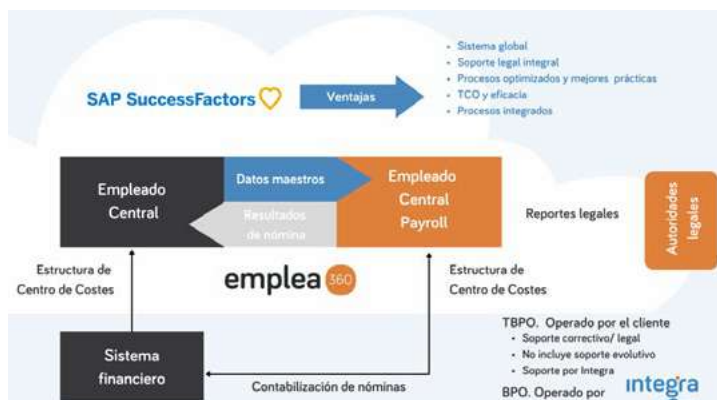
El modelo propuesto por Integra se basa en la herramienta SAP-SuccessFactors:

- ▶ **Employee Central** es la herramienta accesible donde se gestionan, por un lado, los movimientos, altas, bajas, e incidencias y además ofrece autoservicios a empleado y managers (modificación de datos personales, solicitud de vacaciones, etc), todo ello descentralizado gracias a los flujos de trabajo.



- **Employee Central Payroll** es desde donde se gestiona la nómina, totalmente integrada con Employee Central y gracias al Payroll Control Center se puede monitorizar el proceso y tener una comunicación en tiempo real.

Gráfico de uso de emplea360:



INTEGRA SE POSICIONA COMO SOCIO DE NEGOCIO DE SUS CLIENTES CON UN COMPROMISO CLARO HACIA RESULTADOS

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

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

Para más información sobre nuestros servicios: bpo@integra-soluciones.net ■

PROCESOS Y TECNOLOGÍA SAP-SUCCESSFACTORS

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

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

SAP-SUCCESSFACTORS COMO BASE PARA LA GESTIÓN DEL TALENTO

Además de la administración de personal, la plataforma implementada permite la gestión de todo el proceso de talento de forma totalmente integrada.



En Presencia de la Verdad



POR **HELMAR RODRIGUEZ MESSMER**

Design Thinker / Changemaker
www.marpashills.com
www.clearness.es
www.cqify.com

De siempre, y, especialmente, en tiempos tan convulsos y de tanto sufrimiento como los que estamos viviendo en estos momentos, el anhelo de verdad es cada vez más acuciante. La verdad nos da sentido, dirección. Y no me refiero a la verdad personal y particular de cada uno, sino a una verdad mayor, a la verdad impersonal, aquella a la que refería Sócrates cuando afirmaba que no está en manos de los hombres. Aquella verdad que no es espejismo de creencias o fanatismos dogmáticos, ni proviene del conocimiento o de la lógica, ni es cúmulo de conceptos filosóficos o científicos, sino aquella que surge de la propia indagación y del reconocimiento directo. Aquella verdad que es contrastable en este momento, en todo momento. Aquella verdad que nos devuelve nuestra autoridad innata y transita un sentido más profundo que disuelve de raíz todo sufrimiento derivado del engaño de nuestro condicionamiento cultural, social, humano.

Es esa verdad en torno a la que giran los retiros CLEARNESS que organizo y que es equivalente a la búsqueda de nuestra más profunda aspiración: felicidad, libertad, paz y plenitud, todo ello reflejo de la misma búsqueda, de la única búsqueda: la búsqueda del sí mismo.

Si comprendes la verdadera razón por la cual vas a uno de estos retiros

Satsang (en sánscrito Satsang significa: En Presencia de la Verdad), detonarás una inmensa transformación en tu vida. Comprenderás que vas allí para despertar; para despertar del sueño de maya, para despertar del sueño de un yo personal. Vas allí para despertar del sueño de ser una persona tratando, vanamente, de desarrollarse y ser más consciente. Vas para encontrar la paz, la felicidad, la plenitud perenne. Vas allí para despertar a tu verdadera naturaleza. Vas allí para comprender que eres consciencia despertando del sueño de ser una persona. Vas allí para comprender que ya eres lo que buscas.

LO QUE FUE, LO QUE ES Y LO QUE SERÁ.

La verdad última no es de carácter transaccional, no es algo que podamos obtener o poseer, sino es el conocer mismo que despliega el infinito y eterno espacio en que deviene nuestra existencia. Nosotros somos, literalmente, la verdad. “Yo soy la verdad y el camino y la vida”, es decir, el TODO desplegándose en este momento. Nada sobra, nada falta, todo ES. Todo es absoluta perfección. Todo es este momento. Todo es eternidad. Ahora.

La verdad que somos es la que natural e intuitivamente podemos reconocer cuando la identificación del eje de nuestra existencia se desplaza del cuerpo y de la mente hacia la consciencia en la que todo conocer, incluidos el conocer del cuerpo y de la mente, acontece.

La verdad de fondo es esa pantalla en la que toda imagen queda reflejada.

Muchas de nuestras ideas y creencias sobre nosotros mismos y sobre el mundo están tan profundamente arraigadas que no nos damos cuenta de que son creencias y las tomamos, sin resquicio de duda alguna, como la verdad absoluta.

Rupert Spira

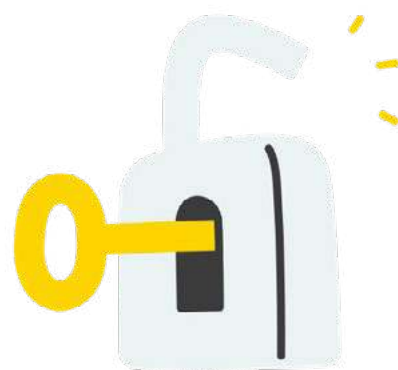
Es el TODO deviniendo completo en la aparente fracción manifiesta. Es el lienzo del artista que contiene la manifestación del TODO en cada trazo, en cada expresión creativa. De esta manera la imagen presta su existencia de la pantalla en la que deviene su existencia de la misma forma en que el trazo presta su existencia del lienzo en que se expresa.

Y de esa misma manera, el mundo que percibimos presta su existencia de la consciencia que lo conoce: el mundo que percibimos presta su existencia de la Verdad que somos.

No es la materia que presta su existencia a la consciencia, sino es, radicalmente, lo opuesto: es la consciencia que presta su existencia a la materia que conoce.

LA GRAN ILUSIÓN

La mayor parte de nuestra vida vivimos inmersos, ignorantes, en una gran ilusión en la que el buscador de la felicidad destruye, en su persistente y ciego afán por alcanzarla, la posibilidad real de su encuentro. Destruye esa posibilidad porque la felicidad anhelada se concreta, precisamente, en la disolución del buscador, en la muerte del ego. El buscador es, en su disolución, lo buscado.



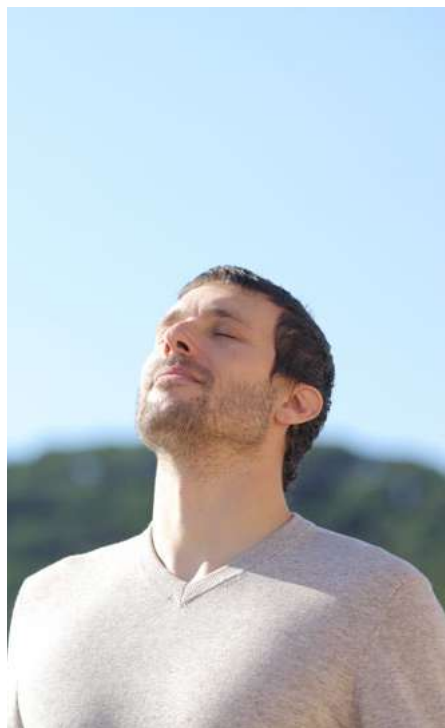
Obten el mayor rendimiento en tus procesos de negocio.

spinnerIT: Expertos en migraciones a HANA y S/4HANA

Somos la solución.



SAP® Recognized Expertise
SAP HANA®



Cuando esta lúcida comprensión te atraviesa como un rayo, casual e involuntariamente, obviando los trillados circuitos de la mente racional, reconocemos nítidamente Lilah, el juego divino de la vida. Reconocemos a Dios o al Buda (□ la TOTALIDAD) escondiéndose de sí mismo en la ilusoria apariencia (FRAGMENTADA) de un yo personal. En ese momento, el farsante queda expuesto, desenmascarado, y la luz de la verdad impersonal resuelve instantáneamente la ecuación que enquistaba nuestra vida.

Es como si estuviéramos encerrados en un juego perpetuo en el que el insaciable buscador tratara de encontrar la salida del laberinto girando sobre su propio eje.

Pero cuando, por gracia, descubres la verdad, entonces, de forma natural, las ilusiones quedan expuestas a la luz por lo que realmente son, y se disolverán en el acto. Así nos lo señalaba San Francisco de Asís con mucha precisión: "Lo que estás buscando ya está donde lo estás buscando".

Vivimos inmersos, ignorantes, en una gran ilusión en la que el buscador de la felicidad destruye, en su persistente y ciego afán por alcanzarla, la posibilidad real de su encuentro

Tratar de encontrar la felicidad donde no está, en lo transitorio, sólo traerá, con el tiempo, frustración, miseria y sufrimiento y es la receta inequívoca para estrellarnos en vida

LA GRAN BARRERA

Debido a nuestro condicionamiento social y cultural y nuestra (occidental) devoción por la ciencia, la razón y los conocimientos teóricos, tratamos de hallar la verdad en la existencia fenoménica de los objetos. Y damos algunas vueltas en la vida, tratando de hallar la plenitud en el cambio impulsivo de pareja o de trabajo, sanando pasados y niños interiores, alineando chacras o tratando de conocer a Dios. Es todo ello reflejo de un infructuoso y equívoco afán de atrapar la eternidad.

Las tres grandes búsquedas de la humanidad tal y como lo expresa Harari, la inmortalidad, la divinidad y la felicidad no pueden ser halladas en la persecución de objetos fenoménicos. Tratar de encontrar la felicidad donde no está, en lo transitorio, sólo traerá, con el tiempo, frustración, miseria y sufrimiento y es la receta inequívoca para estrellarnos en vida.

LA SALIDA DEL LABERINTO

La verdad emerge naturalmente cuando remite la fascinación por los objetos y volvemos intuitivamente la comprensión hacia el sujeto último de todo conocer. No es la revelación por una mirada, porque el sujeto no puede ser conocido fenoménicamente, sino un reconocer como expresión íntima de la existencia del sí mismo.

No obstante, requiere algún tipo de gracia para transitar este discernimiento teórico y vivirlo como una experiencia directa. Esta verdad no se descubre a modo en que lo hacemos con cualquier otro hallazgo. La verdad no puede ser descubierta sino tiene que ser descubierta, desvelada. Y es desvelada en la medida que reconocemos profundamente que ya somos (y siempre hemos sido y siempre seremos) la verdad que anhelamos encontrar. Por tanto, carece, absolutamente, de sentido buscar más allá de uno mismo. Y, si miramos con discernimiento y atención, comprendemos que no hay nada que exista fuera de uno mismo.

Al comenzar a reconocer la felicidad, paz o la plenitud como la naturaleza inherente de uno mismo, todas las falsas

ideas y creencias que conforman nuestra antigua visión del mundo colapsan bajo ese haz de luz. De esta manera nos podremos dar cuenta que siempre hemos sido la presencia inmutable e impersonal y por tanto no cabe posibilidad alguna de convertirnos (en algo o alguien diferente, mejorado) o quedar transformados por la verdad buscada.

EL BUSCADOR

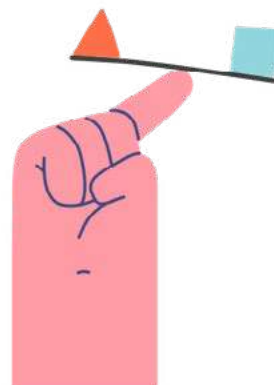
Vivimos condicionados, creyendo ser una entidad separada del TODO que tiene que mejorar, cambiar o desarrollarse para alcanzar la felicidad.

La dificultad en la búsqueda de la verdad (o lo que es lo mismo, la búsqueda de nosotros mismos) aparece porque el punto de inicio no es cuestionado. El punto de inicio es el discernimiento claro de la verdadera identidad del buscador.

Confundimos el punto de vista del ego con nuestro ser verdadero, pero aquel tan sólo es una especie de reflejo ilusorio. Forrest Gump es, a toda vista, una contracción de la TOTALIDAD de Tom Hanks en un momento determinado. Tom Hanks nunca deja de ser Tom Hanks, ni Forrest Gump nunca deja de ser la TOTALIDAD Tom Hanks, tomando esa forma en ese momento.

La idea que tenemos de quienes somos no es la realidad de quienes somos ni de lo que es. El verdadero descubrimiento espiritual consiste en discernir y llegar a un reconocimiento vivo de que no somos exclusivamente nuestro condicionamiento egoico. Somos el fondo que conoce el condicionamiento egoico. De hecho, si fuéramos el condicionamiento, no seríamos capaces de observar el condicionamiento.

A medida que seguimos en esta línea de indagación e introspección, comenzamos a desarrollar una intuición y un reconocimiento muy natural, que no es un reconocimiento objetivo, y nos antes o después, más allá de la apariencia de toda forma. Nos descubriremos en nuestra identidad real: consciencia eterna e infinita tomado, en este momento, esta forma.





Externalización de servicios de nómina



Plataforma que permite a Integra poner a disposición de sus clientes su propia plataforma

SAP SuccessFactors ♥ para ofrecer servicios:

- 1 BPO (Business Process Outsourcing)**
- 2 TBPO (Technical Business Process Outsourcing)**

Oficina Madrid

Calle Musgo, 5. 1ª Planta
La Florida 28023 Madrid
+34 91 708 01 20
info@integra-soluciones.net

Oficina Bruselas

Groenenborgerlaan 84
2610 Antwerp
(+32) 479 96 55 92
info@integra-soluciones.net

Oficina México

Boulevard Manuel Avila Camacho
No.5 Piso 10. Fracc.Lomas de Sotelo
Naucalpan de Juárez C.P. 53390
(+52) 55 8421 4245
info@integra-soluciones.net



SAP SuccessFactors ♥



La persona consumidora vulnerable y su tratamiento legal en la normativa de consumo

POR ANA MARZO PORTERA
Marzo & Abogados

Recientemente la Ley 4/2022, de 25 de febrero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica ha llevado a cabo una importante modificación sobre el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios considerando las consecuencias provocadas en el ámbito social y económico por la pandemia del COVID-19, con graves repercusiones en diferentes ámbitos sectoriales, que han afectado especialmente a las relaciones de consumo y, en consecuencia, a la protección de las personas consumidoras y usuarias.

En tal sentido se ha tenido en cuenta el concepto de “persona consumidora vulnerable” en la normativa estatal de defensa de las personas consumidoras y usuarias, en el sentido de garantizar con un grado mayor de protección a los derechos en determinados supuestos en los que la persona consumidora se ve afectada por una especial situación de vulnerabilidad que puede incidir en su toma de decisiones e, incluso, forzarla a aceptar ciertas condiciones contractuales que en otra situación no aceptaría.

Se incluye por primera vez en la normativa estatal de defensa de las personas consumidoras la figura de la “persona consumidora vulnerable”, que deberá ser objeto de especial atención por parte del sector empresarial en las relaciones de consumo.

Más allá de la tradicional alusión a la situación económica a la hora de determinar su situación de vulnerabilidad, se constatan diversas situaciones en las que, agrava-

das por la actual situación de crisis sanitaria, las circunstancias sociales o personales hacen que se encuentren en una especial situación de subordinación, indefensión o desprotección en sus relaciones de consumo. En definitiva, se subraya la necesidad de abordar las necesidades específicas de consumidores que, por sus características o circunstancias, requieran una mayor protección para garantizar la toma de decisiones en las relaciones concretas de consumo acorde con sus intereses.

Esta modificación sigue la línea establecida por la Comisión Europea en su Comunicación, de 13 de noviembre de 2020, sobre la Nueva Agenda del Consumidor: «Reforzar la resiliencia del consumidor

Se subraya la necesidad de abordar las necesidades específicas de consumidores que, por sus características o circunstancias, requieran una mayor protección

para una recuperación sostenible» la cual hacía constar la necesidad de que la normativa estatal recogiese de forma urgente la previsión de las circunstancias que generan que los derechos de estas personas consumidoras necesiten una protección reforzada.

Así, la Nueva Agenda del Consumidor que presenta la visión de la política europea de consumo para el periodo 2020-2025 incluye entre sus finalidades, además de abordar las necesidades actuales de las personas consumidoras ante la pandemia, la promoción de medidas para un mercado único más ecológico, digital y justo, fortaleciendo la confianza y toma de decisiones de los consumidores, así como la protección eficaz de sus intereses en las relaciones de consumo.

También otras necesidades entre las que destacan las siguientes: la necesidad de garantizar tanto la asequibilidad de los productos, bienes y servicios, como la disponibilidad de un información clara, accesible y fácil de manejar sobre ellos; la adopción de un enfoque justo y no discriminatorio en la transformación digital; la educación permanente, la sensibilización y la formación, especialmente a niños, niñas y menores de edad; o la protección frente a prácticas discriminatorias por razón de género.



Acerca de cuáles son las medidas urgentes adoptadas por la norma para hacer frente a determinadas situaciones de vulnerabilidad que afectan a las personas consumidoras y usuarias, señalamos la siguientes:

En primer lugar la modificación esencial de la ley de consumo es la inclusión de la definición de “persona consumidora vulnerable” en el concepto general de consumidor y usuario.

Así, tienen la consideración de personas consumidoras vulnerables respecto de relaciones concretas de consumo, aquellas personas físicas que, de forma individual o colectiva, por sus características, necesidades o circunstancias personales, económicas, educativas o sociales, se encuentran, aunque sea territorial, sectorial o temporalmente, en una especial situación de subordinación, indefensión o desprotección que les impide el ejercicio de sus derechos como personas consumidoras en condiciones de igualdad.

Como consecuencia de la introducción del concepto de persona consumidora vulnerable, se adecúa el régimen de derechos de las personas consumidoras vulnerables en el ámbito de consumo en varios aspectos.

En segundo lugar, con el mismo objeto se da una nueva redacción a la regulación de las prácticas comerciales, disponiéndose que los legítimos intereses económi-

cos y sociales de los consumidores y usuarios deberán ser respetados en los términos establecidos tanto en la norma de consumo como en lo previsto en las normas civiles y mercantiles, en las regulaciones sectoriales de ámbito estatal, comunitaria y autonómica que resulten de aplicación, en la normativa de competencia desleal, y en la de Ordenación del Comercio Minorista.

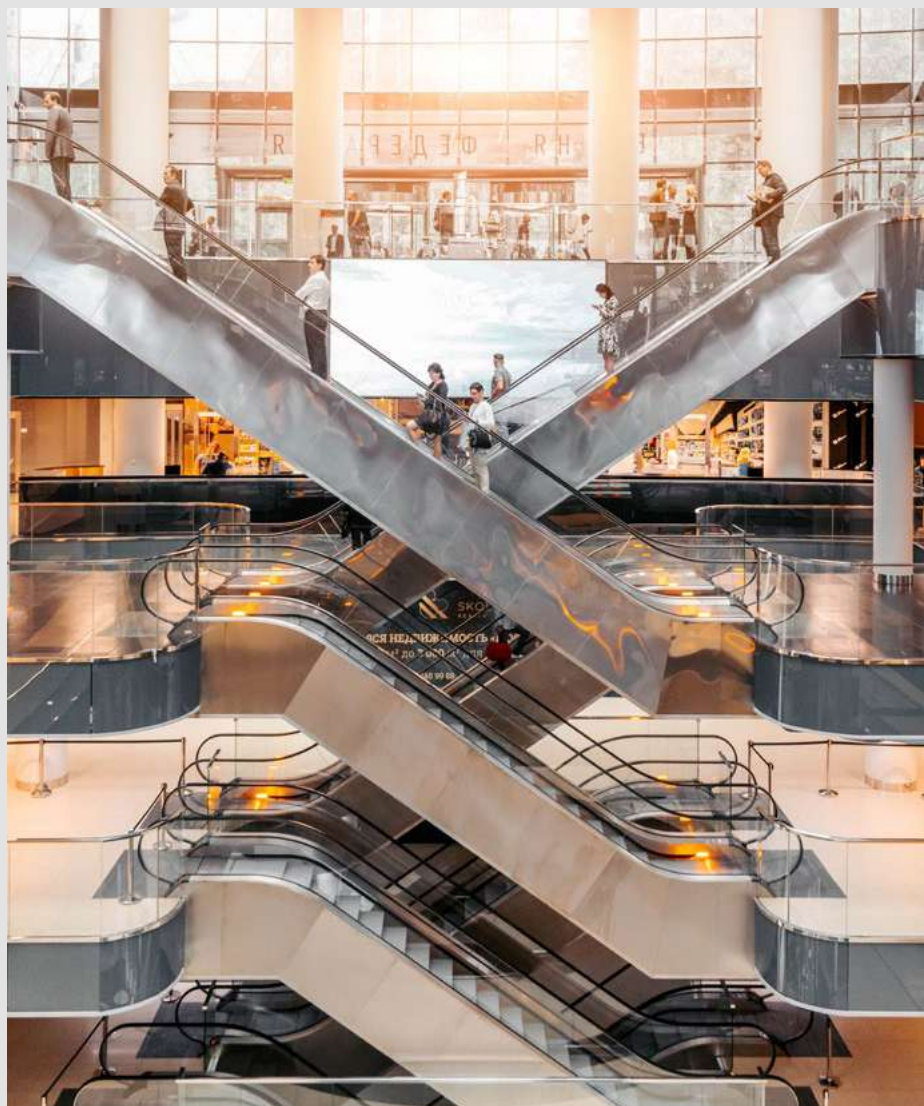
Ocupa un especial interés el hecho de que la información necesaria en la oferta comercial de bienes y servicios para “personas consumidoras vulnerables” debe realizarse en términos claros, comprensibles, veraces y en un formato fácilmente accesible, de forma que aseguren su adecuada comprensión y permitan la toma de decisiones óptimas para sus intereses.

Todas estas circunstancias y aquellas otras contempladas en la normativa

La información necesaria en la oferta comercial de bienes y servicios para “personas consumidoras vulnerables” debe realizarse en términos claros, comprensibles, veraces y en un formato fácilmente accesible

de consumo, deberán ser tenidas en cuenta por parte de las empresas en sus ventas a distancia a través de plataformas web de cara a garantizar la protección de las llamadas “personas consumidoras vulnerables”.■

La necesidad de garantizar tanto la asequibilidad de los productos, bienes y servicios, como la disponibilidad de un información clara, accesible y fácil de manejar sobre ellos



El límite sólo está en nuestra imaginación



POR HÉCTOR PAZ

CEO y co-fundador en IMASCONO. Imaginación Aplicada en el Metaverso. Ingeniero de producto. Profesor universitario de Realidad Extendida. @hp_imascono

Los seres humanos somos creativos por naturaleza. Es gracias a nuestra capacidad de imaginar el futuro que hemos podido volar e incluso llegar a la luna. Pero lo mejor de todo es que antes de tener la tecnología suficiente para hacerlo realidad, lo habíamos imaginado.

Si echamos la vista atrás podemos ver como los grandes cambios tecnológicos de nuestra historia primero fueron simples bocetos e historias de ciencia ficción. La literatura y el cine siempre dan muchas pistas de hacia donde va el futuro. Star Wars, Matrix, Regreso al Futuro, Blade Runner, Ready Player One... son películas, grandes historias, que nos presentan diferentes mundos distópicos/utópicos que tienen una cosa en común: nos permiten imaginar, vivir y sentir el futuro.

Este 2022 estamos siendo testigos de como una idea de ciencia ficción se está haciendo realidad. El Metaverso, la tendencia más importante del año, es un concepto que surgió hace 30 años de la mente de Stephenson al imaginar su universo virtual en Snow Crash. Un libro que, si ya era un referente en los noventa ahora va un paso más allá, convirtiéndose en la mecha que ha marcado el cambio de estrategia de Facebook a Meta y que ha movilizado al sector tecnológico para dirigir los esfuerzos en hacerlo realidad.

No obstante, la construcción de este gran universo virtual en el mundo real no parte de cero. En los últimos años hemos visto como nuestra vida ha pasado poco a poco a ser más digital. Nuestras relaciones, nuestras compras, nuestra educación, nuestras empresas, entretenimiento... todo gira en torno a las pantallas. Unas pantallas que nos acercan, sí, pero al mismo tiempo marcan las barreras con hipervínculos y redes sociales con unas

interfaces algo frías y distantes. Una situación que está a punto de cambiar.

La idea central de este nuevo Metaverso es humanizar el mundo virtual. Dejar a un lado las pantallas estáticas que todos conocemos y vivir experiencias digitales más inmersivas y cercanas a los videojuegos. Amplificar el mundo real en el universo digital con la implementación de unas tecnologías como recién sacadas de una película de ciencia ficción. La realidad extendida (aumentada, mixta, virtual), los desarrollos de la web3, avatares 3D, experiencias multijugador, monedas digitales, Blockchain, NFTs... una serie de innovaciones

que ya forman parte del día a día de grandes compañías y que no tardarán en ser las piezas claves del resto. Un cambio vital que en Imascono estamos impulsando a través de 'Business To Metaverse', la entrada al Metaverso empresarial. Todo para hacer más humana la presencia digital de las empresas, para vivir más de cerca, de primera mano, todo lo que hacemos en el universo virtual.

Al fin y al cabo, lo que se busca es que esta nueva generación de inter-

net vuelva a poner a las personas y nuestra forma de relacionarnos en el centro de todo. Un lugar donde podamos reencontrarnos, donde usuarios y organizaciones podamos interactuar de manera más natural y orgánica. Reunirnos one to one, asistir a eventos junto a cientos de personas, compartir experiencias juntos sin las limitaciones físicas ni de interfaces a las que estamos acostumbrados.

El B2Metaverse lo estamos construyendo día a día, virtualizando y gamificando nuestras vidas y empresas, a la vanguardia de los últimos desarrollos digitales. Siempre buscando la inspiración en las grandes historias de ciencia ficción. Ante nosotros se presenta un futuro sin límites, donde realmente la frontera sólo está en nuestra imaginación.■





Somos un referente de la consultoría SAP en el mundo

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

Los números nos avalan:

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



inetum.com



inetum.
Positive digital flow

PLATINUM SPONSOR EN EL MADRID SAPPHIRE 2022
GOLD SPONSOR EN AUSAPE FORUM 2022

SEIDOR



SEIDOR tu partner SAP integral



ERP y
finanzas



CRM &
Customer
Experience



Gestión
del gasto



Supply
Chain
Management



Employee
Experience



Business
Technology
Platform



seidor.com

[in /seidor](https://www.linkedin.com/company/seidor)