

# AUSAPE

Asociación de Usuarios de SAP España. Nº 19 Noviembre 2011.



**SAP** en femenino





## IBM SAP healthcheck:

### Maximice su inversión en soluciones SAP y reduzca costes hoy para crecer mañana

En menos de **1 mes**, IBM puede identificar oportunidades para reducir el coste total de propiedad de su plataforma SAP y optimizar su desarrollo mediante:

- La mejora y consolidación de los procesos de negocio
- La integración de otras aplicaciones en su versión SAP más reciente
- La estandarización de todos los componentes
- La optimización de la infraestructura del *landscape* de SAP

El resultado final es un análisis de coste total de la propiedad de su solución SAP. Consiga un ahorro de entre el **20%** y el **30%** en su coste de mantenimiento anual.

- Para más información, llame al **902 100 400** o visítenos en [ibm.com/es/sapcheck](http://ibm.com/es/sapcheck)





# AUSAPE

Consejo Editorial / Editorial Committee

|   |   |
|---|---|
| <b>Presidenta/<br/>Chairperson:</b><br>Susana Moreno Marín            | <b>Tesorera/ Treasurer:</b><br>Victoria Cuevas Díaz   |
| <b>Vicepresidenta/<br/>Vice-chairman:</b><br>Antolín Calvete Martínez | <b>Vocales/ Members:</b><br>Marcel Castells Carner<br>Carmen Recalde Langarica<br>Eduardo Prida Cayado<br>Carlos Iglesias Buiza |

Revista AUSAPE/ AUSAPE Journal

|  |  |
|--|--|
| <b>Dirección/<br/>Management:</b><br>Junta Directiva Ausape/<br>AUSAPE Board of Directors  | <b>Impresión/Printing:</b><br>CGA                                |
| <b>Vocal de Comunicación/<br/>Communication:</b><br>Eduardo Prida  | <b>Suscripciones/<br/>Subscriptions:</b><br>secretaria@ausape.es |
| <b>Colaboradores/<br/>Contributors:</b><br>Roberto Calvo<br>Mercedes Aparicio<br>Reyes Alonso<br>Natalia Mosquera<br>Rafael Marijuan | <b>Publicidad/Advertising:</b><br>comunicación@ausape.es         |
|  | <b>Depósito Legal/<br/>Legal deposit:</b><br>M-10955-2007        |
|  | <b>Edita/ Edited by:</b><br>AUSAPE                               |

## Contenidos/Contents

|   |     |
|---|-----|
| Noticias y Eventos / News and Events  | 2   |
| Mujeres... ¿al poder? / Power to the... Women?  | 6   |
| Mujeres en AUSAPE / Women in AUSAPE   | 8   |
| Entrevista con Mirenchu Echeverri de Accenture<br>/ Interview with Mirenchu Echeverri from Accenture  | 10  |
| Entrevista con Yolanda Sandonis de Carrefour España<br>/ Interview with Yolanda Sandonis from Carrefour Spain                                     | 14  |
| Entrevista con Pilar Martínez de SAP Iberia<br>/ Interview with Pilar Martínez from SAP Iberia  | 18  |
| Un poco de historia / A brief history of EVOLUTION  | 22  |
| Entrevista con Tona Monedero de Codorniu<br>/ Interview with Tona Monedero from Codorniu  | 26  |
| Pasión por la innovación / Passion for innovation<br>La innovación práctica es la clave del éxito<br>/ Practical innovation is the key to success | 30  |
| Entrevista con Susana Villar de Opentext<br>/ Interview with Susana Villar from Opentext  | 32  |
| Entrevista con Marta Gutiérrez de CSC<br>/ Interview with Marta Gutiérrez from CSC  | 36  |
| Entrevista con Mariela Wainstein de Realtech<br>/ Interview with Mariela Wainstein from Realtech  | 39  |
| Entrevista con Ángeles Delgado de Fujitsu<br>/ Interview with Ángeles Delgado from Fujitsu  | 42  |
| Entrevista con Prado del Moral de Everis<br>/ Interview with Prado del Moral from Everis  | 46  |
| AUSAPE pone en funcionamiento su nuevo portal web<br>/ AUSAPE is launching its new Web Portal   | 50  |
| Costumer connection   | 54  |
| Conocemos a Adriana Sola de Altim España /<br>Knowing Adriana Sola from Altim Spain   | 55  |
| El liderazgo femenino en SAPAS Consulting /<br>Female leadership in SAPAS Consulting  | 56  |
| El reto de la gestión de la experiencia multicanal del<br>cliente / The challenge multichannel customer experience                                | 60  |
| Entrevista con Sonia Puerta de Integra<br>/ Interview with Sonia Puerta from Integra  | 64  |
| Conocemos a Inma Alcolea de itelligence /<br>Knowing Inma Alcolea from itelligence  | 68  |
| Entrevista con María José López de Repsol<br>/ Interview with María José López from Repsol  | 72  |
| Tópicos vs. Analytics / Clichés vs. Analytics   | 76  |
| Entrevista con Elisabet Espelt de treeloc<br>/ Interview with Elisabet Espelt from treeloc  | 80  |
| EHS + HCM + PM = Integración total de la Prevención de<br>Riesgos Laborales / EHS + HCM + PM = Complete Health<br>& Safety Integration            | 84  |
| Conocemos a Laura Espinosa de WinShuttle /<br>Knowing Laura Espinosa from WinShuttle  | 88  |
| Entrevista con Marta Suñe Manich de Single Consulting<br>/ Interview with Marta Suñe Manich from Single Consulting                                | 92  |
| Entrevista con Kim Salter de SAUG<br>/ Interview with Kim Salter from SAUG  | 96  |
| La llamada / The call   | 99  |
| RINCÓN LEGAL / LEGAL CORNER   | 102 |
| Los hombre son de Android... las mujeres de Blackberry<br>/ Men are from Android... Women are from Blackberry                                     |     |
| FIRMA INVITADA / GUEST FIGURE   | 105 |
| Quién sabe / Who knows  | 108 |

# Un hito para AUSAPE

## A milestone for AUSAPE

Estimado lector,

El ejemplar que tiene en sus manos representa un gran paso en la historia de AUSAPE. Como puede observar, es la primera revista que la Asociación de Usuarios de SAP España (AUSAPE) edita en dos idiomas, español e inglés. Una edición bilingüe realizada con motivo de la celebración en Madrid de SAPPHIRE Now! y TechEd, dos eventos internacionales clave para SAP, sus partners y clientes.

Desde AUSAPE, esperamos que ambos eventos, que convierten a Madrid en el centro de atención para todo el ecosistema SAP, sean de gran utilidad, y queremos aprovechar esta oportunidad para que todos los asistentes puedan conocernos mejor y estrechar los lazos de colaboración con el resto de asociaciones de usuarios SAP, que estos días están congregadas aquí. Si bien AUSAPE es una asociación de ámbito local, desde nuestra fundación en 1994 siempre hemos tenido vocación de cooperación con otras asociaciones internacionales, cuyos intereses pasan también por promover un entorno de colaboración y transferencia de conocimiento entre toda la comunidad SAP. Y esta revista es una muestra de ello.

Este es también el primer número dedicado a la mujer en el entorno SAP, un tema realmente novedoso. En el interior, encontrará entrevistas, reportajes y opiniones de mujeres que, desde la posición que ocupan en sus empresas, contribuyen al crecimiento de la comunidad SAP. ¡Esperamos que lo disfruten!

Carmen Recalde  
Jefe de Servicio Sistemas Información de  
Gestión en OSAKIDETZA



Dear readers,

The issue you now hold represents another major step forward in AUSAPE's history as an association. As you can see, it is the first journal to be published by AUSAPE (Asociación de Usuarios de SAP España) in two languages: Spanish and English. This bilingual edition has been created to celebrate SAPPHIRE Now! and TechEd, two international events held in Madrid that hold key importance for SAP, its partners and customers.

From AUSAPE, we hope that you'll find both events, which place Madrid at the centre of attention for the whole SAP ecosystem, to be extremely useful. Furthermore, we would like to take this opportunity to allow visitors to get to know us a little better and reach out to other SAP user associations gathered here. Although AUSAPE is an association of a local nature, since our establishment in 1994, we have always sought to cooperate with international associations that share our interest in promoting collaboration and information exchange among the whole SAP community. As you can see, this journal is a clear illustration of that desire.

This is also our first issue devoted entirely to women in the SAP environment, a truly hot topic these days. Inside, you'll find interviews, articles and opinions from women that contribute to the growth of the SAP community from their positions in their respective companies. We hope you enjoy it!

Carmen Recalde  
Service Manager, Management Information  
Systems in OSAKIDETZA

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 estos 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 (Asociación de Usuarios de SAP España) and the editorial committee of the AUSAPE journal do not necessarily share the opinions and information expressed in this journal nor do they take responsibility for the articles, features, opinions, data and contributions that appear in the journal, for which their authors shall take sole responsibility. Any reproduction, distribution or public communication of part or all of the contents published this journal in any form or medium without the express authorisation of AUSAPE is strictly forbidden.

La compañía innovará más y con mayor rapidez, sin interrupciones en esta solución

## SAP amplía el mantenimiento de SAP® Business Suite hasta 2020

*The company will deliver more and accelerated innovation without disruption to this solution*

## SAP to extend maintenance for SAP® Business Suite until 2020

**S**AP acaba de anunciar novedades empresariales para el software SAP® Business Suite con un plan de ruta muy definido. La compañía introducirá mejoras en el software sin interrupciones y con periodicidad trimestral, en los ámbitos que puedan beneficiar más a los clientes, como la movilidad, la tecnología in-memory y cloud computing. Los clientes podrán definir la velocidad de innovación en función de sus necesidades, sin grandes esfuerzos de actualización. Los detalles concretos respecto a las capacidades de mejora se presentarán durante los eventos de SAPPHIRE® NOW + SAP® TechEd 2011 en Madrid, del 8 al 10 de noviembre.

Las actualizaciones a gran escala pueden impactar en toda la empresa y ser un obstáculo para la productividad. A diferencia de esto, SAP planea ofrecer innovaciones evolutivas, realmente innovadoras y sin interrupciones, con periodicidad trimestral para los conjuntos de productos y soluciones actuales de los clientes. El concepto clave de innovación evolutiva se basa en la oferta de mejoras incrementales en

**S**AP has just announced the accelerated delivery of business innovations for SAP® Business Suite software along a clear road map. SAP will introduce the software enhancements without disruption on a quarterly schedule in areas where customers can benefit most, including mobility, in-memory computing technology and cloud computing. Customers will be able to determine the speed of innovation based on their needs - without major upgrade efforts. Specific details regarding incremental enhancement capabilities will be provided at the upcoming SAPPHIRE® NOW + SAP® TechEd 2011 events in Madrid, being held November 8-10.

*Traditional, large-scale upgrades can impact the entire enterprise and hamper productivity. In contrast, SAP plans to make evolutionary and breakthrough innovations available in a non-disruptive fashion on a quarterly schedule for the product and solution landscapes that customers have today. The key concept of evo-*



las funciones de los programas básicos de los productos de software SAP. Este método proporcionará continuamente a los clientes la tecnología más avanzada para sus empresas. Algunas de las mejoras serán funciones de usuario de tecnología punta, por ejemplo, en los paneles laterales, las páginas de inicio o las extensiones de procesos para dispositivos móviles. También se planea vincular business analytics con las transacciones empresariales, con el fin de ayudar a los clientes a tomar mejores decisiones y a aplicarlas más rápidamente. Además, las innovaciones tecnológicas revolucionarias como la tecnología in-memory cambiarán de forma significativa la experiencia del usuario en los procesos de negocio que implican el manejo de grandes volúmenes de datos.

Como consecuencia lógica de este proceso, SAP ampliará el mantenimiento de serie para las aplicaciones core de SAP Business Suite 7, incluida la aplicación de planificación de recursos empresariales (ERP) SAP® ERP 6.0, cinco años más, desde diciembre de 2015 hasta diciembre de 2020. Esta decisión ofrece a los clientes predictibilidad a largo plazo y elimina la carga de los upgrades en sus empresas durante varios años. Esta extensión del mantenimiento se aplica también a la plataforma tecnológica SAP NetWeaver®, como base de las versiones de aplicaciones core, y a todos los paquetes de mejora de SAP actuales para SAP Business Suite. El folleto de estrategias que se publique en 2012 reflejará estas decisiones.

“Nuestra estrategia de innovación y la agenda de mantenimiento resultante aportará al cliente predictibilidad en sus proyectos SAP, y agilizará la adopción de las novedades de SAP”, señaló Jim Hagemann

*lutionary innovation is the delivery of incremental enhancements to capabilities of the core suite of SAP software products. This will keep customers on the cutting edge in running their business. These enhancements will include state-of-the-art user experiences such as side panels, landing pages or process extensions to mobile devices. Business analytics connected to business transactions are also planned in order to help customers make better decisions and execute them faster. Additionally, breakthrough technology innovations like in-memory computing will drastically change the user experience in business processes involving large data volumes.*


*As a logical consequence of this approach, SAP will extend mainstream maintenance for the core SAP Business Suite 7 applications, including the enterprise resource planning (ERP) application SAP® ERP 6.0, by five years, from December 2015 through December 2020. This gives SAP customers long-term predictability and removes the burden of upgrades across the enterprise for several years. The longer maintenance also applies to the SAP NetWeaver® technology platform, as the basis of the core application releases, and for all current SAP enhancement packages for SAP Business Suite. The 2012 release strategy brochure will reflect the above decisions.*

*“Our innovation strategy and the resulting maintenance timelines will give customers predictability of their SAP projects and accelerate the adoption of new innovations from SAP,” said Jim Hagemann Snabe, co-CEO, SAP. “This helps them to become more productive, free up resources and run their businesses even better.*



everis

attitude makes the difference



15  
AÑOS

Cumplimos 15 años haciendo lo que mejor sabemos hacer: contribuir con el crecimiento de nuestros clientes.

En este 2011 hemos cumplido 15 años. Y desde el primer día hay cosas que jamás dejamos de hacer: crecer, conocer, aprender y, sobre todo, ofrecer nuestra experiencia, talento y profesionalidad a nuestros clientes.



Snabe, co-CEO de SAP. “Les ayudará a ser más productivos, liberar recursos y ejecutar aún mejor sus negocios. La velocidad de innovación combinada con la predictibilidad a largo plazo no tiene parangón en la industria del software, y demuestra el compromiso con nuestros socios, una relación duradera que beneficia a ambas partes.”

Para obtener más información, vea el vídeo creado por los ejecutivos de SAP Peter Maier y Bernd Leukert, “Mapa de carretera de las innovaciones en SAP Business Suite”, y visite las Noticias de sectores y soluciones en:

<http://industries.news-sap.com/2011/10/11/sap-business-suite-innovation-road-map/>

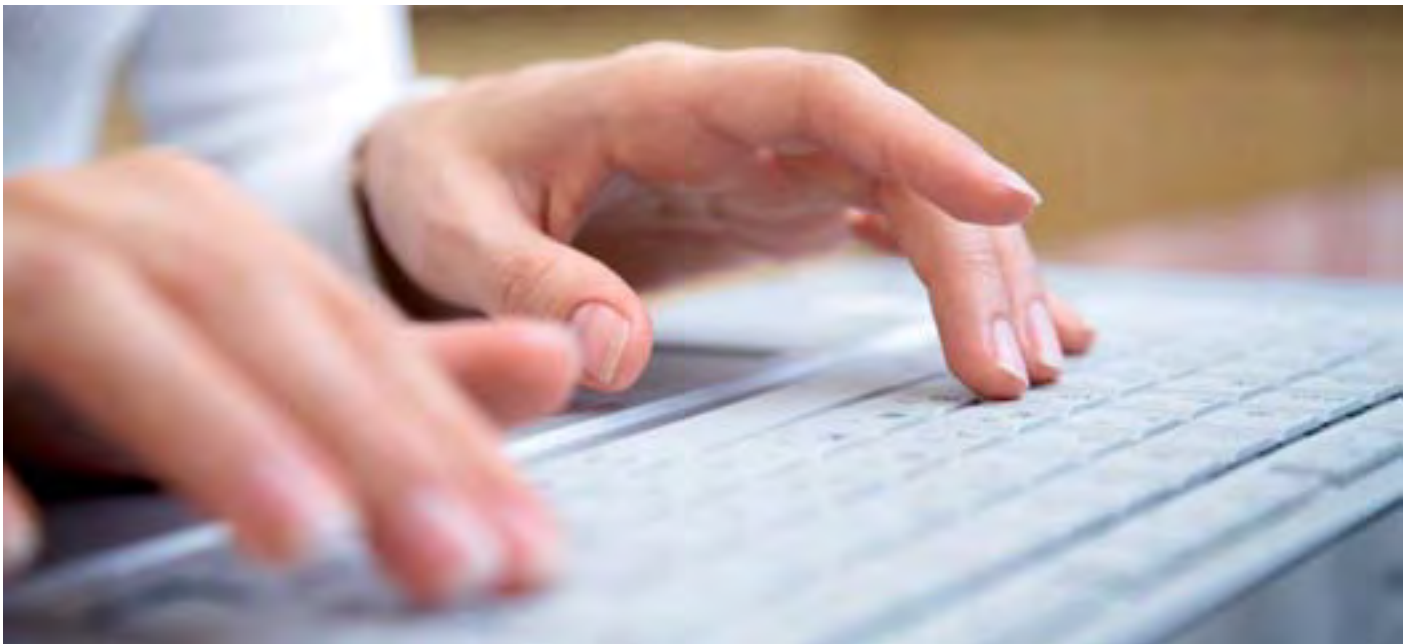
<http://industries.news-sap.com/>

*This speed of innovation combined with the long-term predictability is unparalleled in the software industry and demonstrates our commitment to enduring, mutually beneficial customer partnerships.”*

*For more information, watch a video featuring SAP executives Peter Maier and Bernd Leukert, “SAP Business Suite Innovation Road Map,” and visit the Industries and Solutions newsroom in:*

<http://industries.news-sap.com/2011/10/11/sap-business-suite-innovation-road-map/>

<http://industries.news-sap.com/>



## SOLICITUD DE SUSCRIPCIÓN GRATUITA

La revista AUSAPE es el medio de comunicación directo de esta Asociación con sus empresas asociadas. En ella se informa de todas las actividades llevadas a cabo por AUSAPE, además de incluir información de primera mano sobre las últimas novedades tecnológicas que afectan al sector de las TIC.

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

EMPRESA

ASOCIADO AUSAPE  SI  NO

NOMBRE

CARGO

DIRECCIÓN

CP

POBLACIÓN

PROVINCIA

TELÉFONO

E-MAIL

Asociación de Usuarios de SAP España  
Corazón de María, 6. 1ª planta. Oficinas 1 y 2. 28002 Madrid  
Teléfono: 90 519 50 94. Fax: 91 510 52 85  
e-mail: [secretaria@ausape.es](mailto:secretaria@ausape.es)  
[www.ausape.com](http://www.ausape.com)

## PANDORA for SAP, de DESET, da un paso más y salta a la nube

**C**LOUD PANDORA for SAP, de DESET, es el nuevo modelo para la monitorización de sistemas SAP que permite controlar, en tiempo real, el estado de nuestros sistemas SAP desde cualquier punto del planeta. Sólo se necesita conexión a Internet, sin software adicional.

La solución evita tener que realizar instalaciones complejas que requieren adquisición de nuevo hardware. Tampoco es necesario mantener y administrar nuevos sistemas para poder monitorizar nuestra infraestructura SAP. Tan solo un clic y unas cuantas preguntas, son suficientes para instalar el cliente SAP de monitorización PANDORA for SAP.

El cliente SAP es el encargado de recibir mediante conexiones Java a nuestros sistemas SAP, toda la información relativa al estado del mismo: dumps, actualizaciones interrumpidas, jobs cancelados..., todo ello de una manera segura. Todo queda en casa: los datos se envían unidireccionalmente desde nuestros sistemas SAP hacia el servidor Cloud PANDORA for SAP en la nube, evitando de este modo cualquier acceso desde sistemas externos a nuestros sistemas SAP garantizando la seguridad.

Cloud PANDORA for SAP dispone de nuevos monitores orientados a facilitar el trabajo de los administradores: un solo vistazo es suficiente para realizar una checklist completa del sistema, con información suficiente como para en apenas segundos conocer el estado del mismo.

[www.deset.es](http://www.deset.es)

## PANDORA for SAP, de DESET, da un paso más y salta a la nube

**C**LOUD PANDORA for SAP from DESET is the new model for monitoring SAP systems which allows you to view the status of SAP systems in real time from anywhere on the planet. Forget about extra software: all you need is an Internet connection.

The solution prevents you from having to carrying out complex installation processes that require you to purchase new hardware. You don't have to manage or maintain new systems in order to monitor your SAP infrastructure. With just one click and a few questions, you can install the SAP monitoring client PANDORA for SAP.

The SAP client is responsible for receiving all the information related to the status of your SAP systems via Java connections, including dumps, interrupted updates, cancelled jobs, etc. all completely securely. Everything is kept private: data is sent unidirectionally from your SAP systems to the Cloud PANDORA for SAP cloud server, thereby preventing any kind of access to your SAP systems from external systems.

Cloud PANDORA for SAP has new monitors designed to facilitate administrators' work: just one look is enough to carry out a complete check of the system, providing sufficient information to allow administrators to determine the status of the system in just a few seconds.

[www.deset.es](http://www.deset.es)



# AUSAPE

## Asociación de Usuarios de SAP España



# ¡ASÓCIATE!

Grupos de Trabajo para compartir experiencias y "best practices" entre clientes.

Posibilidad de acceso a FORMACIÓN certificada SAP en las mejores condiciones.

Participa en foros de reunión con profesionales de TI y en eventos especializados en el mundo SAP.

El camino más directo para la resolución de problemas y el contacto directo con el fabricante.

¿Más información?

**AUSAPE**  
C/ Corazón de María 6 1ª Planta  
28002 MADRID  
Tel.: 91 519 50 94  
Fax: 91 519 52 85  
Email: [gestor@ausape.es](mailto:gestor@ausape.es)  
[www.ausape.es](http://www.ausape.es)





Se estima que las empresas con una dirección equilibrada en géneros, es, de media, un 10% más rentable

## Mujeres... ¿al poder?

La presencia de féminas en la alta dirección de las empresas sigue siendo cuanto menos anecdótica. La organización Catalyst estima que, en la actualidad, sólo el 15% de los puestos directivos recae en mujeres. El sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) continúa siendo un coto reservado al varón. De hecho, su patronal, AMETIC, adolece de presencia femenina en su dirección. Es que... ¿no existen las directivas TIC? 'Haberlas, como las meigas, haylas', y cada vez son más influyentes.

*It is estimated that companies with a gender-balanced board are 10% more profitable on average*

## Power to the... Women?

*The presence of women in senior positions in companies continues to be symbolic, to say the least. The membership organisation Catalyst estimates that only 15% of senior positions are held by women. Meanwhile, the ICT sector continues to be a male-dominated reserve. In fact, its employers' organisation in Spain, AMETIC, lacks female representation on its board. Are there no ICT women executives out there? As the Galician expression goes, Eu non creo nas meigas, mais habelas, hainas (I don't believe in witches, but if you want them, you shall have them) and they are becoming more and more influential.*







**A** pesar de que desde las instituciones se han promovido diferentes iniciativas para potenciar la presencia femenina en este tipo de cargos, siendo la de la cuota obligatoria la más polémica, todavía son pocas las empresas que operan bajo las directrices de una mujer. Si bien es cierto que de una industria a otra existen diferencias significativas -y más si se analizan los departamentos-, la realidad es que en España, sólo entre el 20 y el 25 por ciento de los puestos directivos están en manos de mujeres y eso que representan al 56,9 por ciento de la comunidad universitaria. Aún así, la buena noticia está en que esta presencia ha aumentado un tres por ciento en el último lustro. A esta tarea contribuyen organismos nacionales y supranacionales, convencidos de que, como muestra el estudio “La presencia de más mujeres en puestos superiores es clave para el crecimiento económico”, las empresas con una dirección equilibrada en géneros, es, de media, un diez por ciento más rentable.

Mayor capacidad organizativa, más creatividad y una comunicación interna más fluida parecen ser las tres cualidades clave para que la mujer vaya tomando cada vez mayor protagonismo en los órganos de dirección, de acuerdo con el estudio elaborado por la Escuela de Negocios CESMA. Este informe también revela que el área de Recursos Humanos es el departamento que más féminas directivas emplea, con un 19%, seguido de área de Marketing, Comunicación, Publicidad y Eventos y el departamento financiero y administrativo, con un 16 y un 14 por ciento, respectivamente. En el caso de los departamentos relacionados con las Nuevas Tecnologías, según los últimos estudios realizados por el Observatorio e-igualdad que impulsa el Instituto de la Mujer, a pesar de que ellas están tan “enganchadas” o más que ellos, la socialización mediante roles de género provoca que las mujeres se alejen laboralmente de este sector en el futuro, con la consecuente pérdida social de talento.

**A**lthough the institutions have brought about different initiatives to encourage more women to go for these positions, such as the controversial mandatory quota, very few companies operate under the directives of a woman.

While it is true that there are major differences from one industry to another, especially when analysing at department level, the reality shows that in Spain women hold only between 20 and 25 per cent of the senior positions available, despite representing 56.9 per cent of the university graduate community. Nonetheless, the good news is that this presence has swelled by three per cent in the last five years. National and supranational bodies have contributed greatly to this task, convinced that (as highlighted by the study “More Women in Senior Positions – Key to Economic Growth”) companies with a gender-balanced board are around ten per cent more profitable on average.

Better organisational capacity, greater creativity and more fluid internal communication seem to be the three key qualities that women can contribute in gaining greater influence in the boardroom, according to a study carried out by the CESMA business school. The report also reveals that human resources is the department with the highest number of women in senior positions (at 19 per cent), followed by the marketing, communications, advertising and events area, and the finance and administration department, with 16 and 14 per cent, respectively. As regards departments associated with new technologies, according to latest studies carried out by Observatorio e-igualdad (funded by the Spanish Institute for the Advancement of Women), despite being more “hooked” on technology than men, socialisation through marked gender roles causes women to professionally distance themselves from this sector in later stages, with the subsequent loss of talent.



# Mujeres en AUSAPE

La mujer ha tenido una presencia continuada en el principal órgano de dirección de AUSAPE, ya que prácticamente desde el nacimiento de la asociación, mujeres directivas de las diferentes empresas pertenecientes a AUSAPE se han implicado en su evolución y en servir a los intereses de los asociados. Le invitamos a conocer su recorrido a lo largo de esta pequeña historia.

## Women in AUSAPE

*Women have always had an on-going presence on the management board of AUSAPE, almost since the start of the association. Women executives from the different member companies of AUSAPE have been involved in the association's evolution and in serving the interests of members. We invite you to discover their journey throughout our short history.*

**A**USAPE es un buen exponente de la llegada de la mujer a los puestos directivos, ya que desde su fundación en 1994, las mujeres han estado presentes y han contribuido a forjar la historia de la asociación, al tiempo que actuaban en representación de sus empresas, ya fuesen del sector público o privado.

En 1997 se incorpora Inmaculada Mier, de la empresa Schweppes, a su órgano rector para ejercer como vocal de tesorería. A ella se sumó al año siguiente como vocal Blanca Alcanda, responsable de sistemas de TI en aquel momento de Onda Cero.

Tras unos meses ejerciendo esa posición, Alcanda entra a formar parte de la historia de AUSAPE al convertirse en 1999 en la primera mujer que preside la Asociación. El cierre de milenio traería consigo una primera década del siglo XXI con una nutrida representación de mujeres en la Junta Directiva, que han contribuido con sus ideas, tiempo y esfuerzos a perfilar la actual AUSAPE.

Así, coincidiendo con la renovación del órgano rector de 2001, Susana Moreno, vocal de tesorería en 2000, llega a la presidencia de la mano de CEOSA (Corporación Empresarial ONCE), organización en la que es responsable del análisis, planificación, coordinación, control y seguimiento de las políticas de recursos humanos. En esta época, le acompañan Ana Aranda, de MMC Automóviles;

**A**USAPE is a good illustration of the arrival of women in executive positions, as since its foundation in 1994, women have been present and have contributed to forging the history of the association while representing their companies, whether from public or private sectors.

In 1997, Inmaculada Mier, from the company Schweppes, joined the association's governing body as treasurer. The following year she was joined by Blanca Alcanda, responsible for IT systems in Onda Cero at that time.

After a few months as member of the board, Alcanda went on to form part of AUSAPE's history in 1999, becoming the first woman to chair the association. The end of the millennium would bring a first decade of the 21st century filled with women representatives in the Board of Directors, who have contributed their ideas, time and effort in shaping the current-day AUSAPE.

Coinciding with the renewal of the governing body in 2001, Susana Moreno who was treasury board member in 2000 took over as chairwoman, while representing CEOSA (Corporación Empresarial ONCE), an organisation in which she was responsible for the analysis, planning, coordination, monitoring and control of HR policies. During this period, she was accompanied by Ana Aranda, from MMC Automóviles; Carmen Recalde, from OSAKIDETZA,

### 2010-2011, la mujer en AUSAPE hoy

En 2010, Susana Moreno, jefa corporativa del Departamento de RR.HH. y Formación de CEOSA, vuelve a tener un papel activo en el principal órgano de decisión de AUSAPE al convertirse de nuevo en presidenta de la Asociación de Usuarios de SAP España, y se abre uno de los periodos más prolíficos en lo que se refiere a presencia de mujeres en la junta. Le acompañan en este periodo Victoria Cuevas, de Enagás en la posición de tesorera, y Carmen Recalde, de OSAKIDETZA, como vocal. Además, en 2010, les acompañó Ana Gómez, en representación del Gobierno de Aragón.

### 2010-2011, Women in AUSAPE today

In 2010, Susana Moreno, corporate head of CEOSA's HR and Training department, once again plays an active role in the main governing body of AUSAPE, becoming once again chairwoman of Asociación de Usuarios de SAP España (AUSAPE). This period marks the start of one of our most prolific times in terms of women on the board. She is accompanied by Victoria Cuevas, from Enagás, in the position of treasurer, and Carmen Recalde, from Osakidetza, as member. Furthermore, they were accompanied by Ana Gómez, representing the Regional Government of Aragon, in 2010.





De izquierda a derecha, Rosa Pardo, representante de SAP Iberia; Victoria Golobart, representante de SAP Iberia; Susana Moreno (CEOSA), presidenta; Victoria Cuevas (ENAGAS), tesorera; Carmen Recalde (OSAKIDETZA), vocal; y Mercedes Aparicio, secretaria de AUSAPE.

*From left to right, Rosa Pardo, SAP's representative; Victoria Golobart, representative of SAP's representative; Susana Moreno (CEOSA), chairwoman; Victoria Cuevas (ENAGAS), treasurer; Carmen Recalde (OSAKIDETZA), member; and Mercedes Aparicio, secretary of AUSAPE.*

Carmen Recalde, de OSAKIDETZA y María González, de Asturiana de Zinc, en diferentes vocalías.

Pasados dos años de presidencia, la directiva de CEOSA pasa en 2003 durante un año a la posición de secretaria de la Junta. Tras un 2004 en el que se produce un vacío en el que no hay ninguna mujer en el órgano rector, en 2005 se incorpora al equipo Conchita García, procedente de la Diputación de Barcelona, en calidad de vocal. No estaría mucho tiempo sola como única mujer, ya que en el periodo 2006-2007 se suman Susana Gea, de Feria de Valencia, y Susana Gimeno, de Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana. Es también en 2007 cuando Victoria Cuevas, en representación de Enagás, se incorpora al órgano de decisión de AUSAPE como vocal y, desde entonces, continúa involucrada en el devenir de la asociación en diferentes posiciones cada vez con mayor responsabilidad.

Susana Gimeno, de Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana, accede a la vicepresidencia en el bienio 2008 y 2009, fecha en la que cedió el testigo a la actual Junta Directiva.

Destaca también la presencia continuada desde 2000 en el órgano rector de AUSAPE de Victoria Golobart, que a lo largo de estos años ha sido la representante de SAP en la asociación y ha jugado un importante papel a la hora de agilizar los canales de interlocución y las relaciones con la compañía. Una labor que en los últimos años se ha visto reforzada por la presencia en la Junta Directiva de Rosa Pardo.

No obstante, hay más mujeres que han contribuido a la evolución de esta asociación. La abogada Ana Marzo, de Marzo y Asociados, es un claro exponente. Ella ha sido la profesional que puso en marcha su servicio de asesoría legal y, desde entonces, le da soporte en todos los aspectos legales. Clave también ha sido y es Mercedes Aparicio, sin duda la persona más conocida y que ha vivido más de cerca la profunda transformación experimentada por AUSAPE, cuya figura cobra un especial protagonismo en la gestión administrativa así como en el contacto y relación con los asociados.

and María González, from Asturiana de Zinc, in different board positions.

*After two years as chairwoman, the CEOSA director went on to assume the position of secretary of the board in 2003 for a one-year term. There was a gap in 2004 during which there were no women present on the board, but after that Conchita García, from the Barcelona Provincial Council, joined the board as member. She would not remain as the only woman on the board for long, as in the period 2006–2007 she was joined by Susana Gea, from Feria de Valencia, and Susana Gimeno, from Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana. In 2007, Victoria Cuevas, representing Enagás, joined AUSAPE's governing body as member and since then, she continues to be involved in the daily running of the association in different positions, with increasing responsibility.*

*Susana Gimeno, from Ferrocarril de la Generalitat Valenciana, took over as vicechairwoman of the association during 2008 y 2009, after which she handed over the reigns to the current Board of Directors.*

*Mention should also be made to the continued presence of Victoria Golobart on the AUSAPE governing body since 2000. During these years, she has been SAP's representative in the association and has played an important role in strengthening communication channels and relations with the company. A task that has been reinforced in recent years by the presence of Rosa Pardo on the Board of Directors.*

*However, there are more women that have contributed to the evolution of the association. The lawyer Ana Marzo, from Marzo y Asociados, is a clear example of this. She has been responsible for setting up our legal advisory service and since then, provides support to members on all legal aspects. Mercedes Aparicio has also been key for the association. Without a doubt, she is well known among the association members and has seen the transformation made by AUSAPE close hand, playing a special role in the administration of the association and in the contact and relations with members.*



**Mirenchu Echeverri,**  
Socia en el Área de Tecnología SAP de Accenture  
*Senior Executive in Accenture's SAP Technology Area*



## “La innovación es uno de los principales pilares de Accenture en el entorno SAP”

Mirenchu Echeverri dirige desde hace dos años el equipo de Analytics y Business Intelligence de SAP y, desde hace seis años, es la directora de la alianza entre SAP y Accenture en España, Portugal y África. Ella nos explica cuáles son los principales pilares de crecimiento de Accenture y las novedades de la organización en el entorno SAP.

## “Innovation is one of Accenture's main pillars of growth in all the technology fields”

*Mirenchu Echeverri, Senior Executive in Accenture's SAP Technology area. Since 2009 she has been managing the Analytics and Business Intelligence SAP area. In parallel, since 2005 she has been the SAP- Accenture Alliance Relationship Manager in Spain, Portugal and Africa. She talks about Accenture's main growth levers and the organization news in the SAP area*

### En su opinión, ¿dónde se encuentran hoy las oportunidades de negocio?

Las principales apuestas de Accenture para este próximo año se pueden resumir en estas palabras: innovación, movilidad, analytics y cloud.

La innovación es uno de los principales pilares de crecimiento de Accenture en todos los ámbitos tecnológicos. Nuestra vocación es aportar a nuestros clientes soluciones innovadoras a partir de la tecnología. La tecnología es fuente de conocimiento y de transformación. Nuestro objetivo es aportar soluciones innovadoras que ayuden a los clientes a ofrecer más servicios con menos recursos y a generar nuevas oportunidades de negocio. En este sentido, Accenture está apostando en innovación en entornos como movilidad, redes sociales, infraestructuras inteligentes, cloud computing y analytics.

En concreto, en el ámbito SAP, me gustaría destacar que Accenture y SAP han inaugurado recientemente en Niza el “Accenture Innovation Center for SAP”. Los centros de Innovación de Accenture para SAP refuerzan la posición de Accenture como su primer partner de negocio e innovación. En el Centro, Accenture y SAP han invertido recursos (humanos y físicos) con el objetivo de:

### In your opinion, where are the business opportunities today?

*Some of Accenture's bets for the year are Innovation, Mobility, Analytics and Cloud.*

*Innovation is one of Accenture's main pillars of growth in all the technology fields. Our aim is to provide our clients with innovative solutions using technology.*

*I see technology as a source of transformation and knowledge. Accenture's goal is to provide innovative solutions that help clients to offer better services at a lower cost and to generate new business opportunities. Accordingly, Accenture is pushing for innovation in environments such as mobility, social networks, intelligent infrastructures, cloud computing and analytics.*

*Particularly in the SAP field I would like to point that Accenture and SAP have recently opened in Nize the Accenture Innovation Center for SAP. Accenture Innovation Centers for SAP have strengthened Accenture's position as SAP's #1 Business and Innovation partner. In the Center Accenture and SAP invested resources (human and physical assets) with the objective of:*

- *Telling the SAP Business Analytics, Mobility and Cloud stories using immersive end-to-end business centric scenarios to appreciate what the technology can do*

- Explicar SAP Business Analytics, Mobility y Cloud utilizando escenarios end to end totalmente centrados en el negocio que permiten a nuestros clientes apreciar hasta dónde puede llevarles la tecnología.
- Crear una plataforma tecnológica que permita a nuestros clientes validar hipótesis a través de la ejecución de pilotos y prototipos.
- Llevar a cabo workshops donde los clientes pueden apreciar el “arte de lo posible” y desarrollar un roadmap para llevar a cabo sus agendas de Innovación en Analytics, Movilidad y Cloud.

En Sapphire Now 2011, además del stand de Accenture, nuestros clientes están invitados a visitar el stand contiguo en el que Accenture y SAP presentan el Innovation Center, donde ofrecemos la oportunidad de conocer lo que hemos llamado “day in the life scenarios”, específicos para las diferentes industrias o sectores y que combinan soluciones como HANA, movilidad y analytics.

#### ¿Cuál es el mensaje diferencial de Accenture en el ámbito de movilidad?

Accenture ofrece una extensa experiencia en movilidad, con un completo conjunto de servicios que abarcan desde servicios de consultoría e integración de sistemas, estrategia corporativa y tecnológica, aplicaciones sectoriales pre-construidas listas para el despliegue, hasta desarrollo de aplicaciones a medida o gestión de la infraestructura y seguridad de los dispositivos móviles.

Por otro lado, mantenemos una duradera y fuerte alianza con SAP desde hace treinta años y con Sybase desde hace casi quince. Por ello, Accenture y SAP se encuentran en la posición ideal para ayudar a la transformación del actual modelo de negocio y, por eso, en el Sapphire que tuvo lugar en Orlando el pasado mayo, anunciamos un acuerdo estratégico para el desarrollo y despliegue de nuevas soluciones de movilidad. Se trata de una alianza para el desarrollo y gestión de nuevas soluciones empresariales en el ámbito de la movilidad, combinando de manera exitosa las nuevas soluciones de movilidad de SAP (Sybase Unwired Platform y Afaria) y las ofertas de movilidad para empresas que ofrecemos a través de nuestra división Accenture Mobility Services.

#### La inauguración del centro de Analytics de Accenture en Barcelona, ¿supone una nueva apuesta de Accenture?

Accenture lleva más de 20 años trabajando en el ámbito de Business Intelligence y Analytics, y cuenta con un grupo especializado dedicado a este ámbito. La apertura del Centro de Analytics en Barcelona supone la consolidación de esa trayectoria. El centro está especializado en servicios analíticos predictivos, lo que permite el análisis detallado de los datos de las empresas para facilitar la toma de decisiones y mejorar el rendimiento comercial.

El centro se integra en la red global de Accenture Analytics, que cuenta con sedes en Bangalore, Chicago, Dublín, Milán, Bombay, Nueva Delhi y San José (California).

Esta iniciativa permite combinar el conocimiento sectorial y



- *Creating a technology platform to validate the hypothesis through the execution of pilots and prototypes (“try before you buy” approach)*
- *Execute workshops where client can appreciate the art of the possible and develop a road map to sustain their Innovation Agenda for Analytics, Mobility and Cloud.*

*At SAPPHERE NOW 2011, we are unveiling this latest collaboration with SAP—the Accenture Innovation Center for SAP focused on developing industry-specific, business analytics solutions extended to mobile devices. Our second stand is devoted solely to providing our clients with our “day-in-the-life” scenarios relevant to their specific industry.*

*In the Accenture Innovation Center for SAP, we have established several HANA environments and we are developing different prototypes and concept tests on the HANA application in different business scenarios.*

#### What is Accenture’s value proposition for Mobility?

*Accenture offers extensive experience in mobility, with a complete set of services that include consulting services and systems integration, corporate and technology strategy, industry solutions ready for deployment, development of custom applications, as well as infrastructure and security management in mobile devices.*

*Accenture has had a lasting and strong partnership with SAP for thirty years and with Sybase for almost fifteen years.*

*In this context, Accenture and SAP are in an excellent position to help our clients. During Sapphire Orlando we announced our plans to jointly develop and manage the deployment of new enterprise mobility solutions leveraging Sybase Unwired Platform coupled with Accenture Mobility Services*

#### Does the opening of the Accenture Analytics Center opening in Barcelona involve a new commitment for Accenture?

*Accenture has been working for 20 years in the field of Business Intelligence and Analytics and it has a specialized group of professionals*

funcional de negocio de Accenture con las soluciones y capacidades analíticas de nuestros partners tecnológicos.

### ¿Cómo encaja cloud computing en la estrategia de Accenture?

En SAPPHIRE se presentará al público la iniciativa Private Cloud for SAP, que pretende proporcionar a los clientes una migración totalmente transparente desde sus entornos SAP a una infraestructura gestionada en una “nube privada”, proporcionándoles así un coste menor en sistemas con un rendimiento mayor y poniéndoles, además, en posición de aprovechar las novedades tecnológicas de SAP como son analytics o movilidad. Todo esto se ofrece como un paquete en el que se ponen en valor nuestras alianzas con socios tecnológicos clave como SAP y Cisco. Los clientes que quieran conocer más detalles sobre nuestros servicios cloud pueden acercarse al booth de Accenture en Sapphire.

### Como mujer ejecutiva en una multinacional como Accenture, ¿cómo valoran los trabajadores el hecho de tener una mujer como jefe?, ¿considera que sigue existiendo una “barrera de prejuicios”?

Las cifras en Accenture hablan por sí mismas: de los 10.000 profesionales en España, más de un 38% son mujeres. Un 30% del total de equipo ejecutivo son mujeres (de managers a socio).

En Accenture no se valora de forma diferente el hecho de tener una mujer como jefe. Estamos acostumbrados a tener un jefe hombre o mujer, que además va cambiando bastante a menudo..., que puede estar en este mismo edificio o al otro lado del mundo. No creo que existan esas barreras en Accenture, ni por el hecho de ser mujer ni por el hecho de ser de una raza o cultura diferente. Nos enorgullece el hecho de que esa diversidad enriquece nuestro trabajo y el valor que aportamos a nuestros clientes.

### ¿Cómo gestiona la diversidad una ejecutiva de Accenture?

Está en el ADN de Accenture: crear valor para nuestros clientes potenciando las virtudes individuales de las personas y maximizando sus aportaciones en equipos que son cada día más multiculturales y multidisciplinares. Eso pasa por dar la mano a las minorías y garantizar que se ponen todos los medios necesarios para que puedan tener éxito en sus carreras.

Hay estudios que ponen de manifiesto que un alto porcentaje de las mujeres españolas no tienen hijos para continuar con su vida profesional. En su opinión, ¿es preciso elegir?

Rotundamente no. En Accenture tenemos muchos ejemplos de mujeres con hijos que tienen posiciones muy relevantes. Es cierto que no es fácil. Y que tenemos que seguir buscando cómo ayudar a las mujeres que deciden ser madres y continuar con su carrera profesional en un entorno como el nuestro. El compromiso de la alta dirección en la compañía es total y el grado de concienciación mayor. No es fácil, pero vamos por el camino adecuado.

### ¿Cuál es el secreto para que una mujer triunfe en una organización como Accenture?

No hay secreto alguno, el camino es el mismo para hombres que para mujeres. Nuestro presidente en España, Vicente Moreno, lo resumía hace poco en una frase que hago mía: “para triunfar hay que anticiparse a lo que está sucediendo, apostando por la innovación y generando valor, pero sin perder los valores”.

*devoted to this area. The opening of the Analytics Center in Barcelona represents the consolidation of this path.*

*The center specializes in predictive analytical services, which enables detailed analysis of company data in order to facilitate decision-making and improve business performance.*

*The center is part of the Accenture Analytics Global Network, which has headquarters in Bangalore, Chicago, Dublin, Milan, Mumbai, Nueva Delhi and San Jose (California).*

*This initiative enables Accenture's corporate and functional knowledge of business to be combined with the solutions and analytical skills of our technology partners.*

### How does cloud computing fit into Accenture's strategy?

*Accenture will officially launch the Private Cloud for SAP initiative in Sapphire. This initiative provides clients with a transparent migration of their SAP environments to a managed, private cloud infrastructure – offering them a lower cost, higher performing systems while also setting them up to leverage newer SAP technologies, such as Analytics and Mobility. All this is provided at a standard price offering, leveraging our relationships with key partners such as SAP and Cisco. We will be showcasing this initiative at the upcoming SAP Sapphire conference in Madrid in mid-November*

### As a woman Senior Executive in a multinational like Accenture, how do workers value having a female superior? Do you consider that there is still a “barrier of prejudice”?

*Accenture's figures speak for themselves: of the 10,000 employees in Spain more than 38% are women. About 30% of the executive team are women (from managers to Senior Executives).*

*Accenture's people do not consider it any different to have a woman as a superior. We are used to having both men and women superiors, as well as the fact that they change quite often... they may be sitting in the same building or somewhere else across the globe. I do not think these barriers exist in Accenture, either as regards being female or from a different race or culture. At Accenture we are proud of the fact that diversity enriches our work and the value we add to our customers.*

### How does a woman Senior Executive manage diversity in Accenture?

*This is in the Accenture DNA: creating value for our clients by leveraging people's individual strengths and maximizing their contributions in multicultural and multidisciplinary teams. This happens by providing opportunities for minorities and ensuring they get all they need to be successful in their careers.*

### There are studies that show a high percentage of Spanish women who decide not to have children in order to continue their careers. In your opinion, is it mandatory to choose?

*That is out of question. At Accenture we have many examples of women with children who have very important positions. It is true that it is not easy. And we have to continue looking for ways to help women who choose to be mothers and continue with their careers. Here, at Accenture, the senior management is fully committed and the degree of awareness is very high. It is not easy, but we are moving in the right direction.*

### What is the secret for a woman to succeed in a company like Accenture?

*There is no secret and it is undoubtedly the same path for men and women. Our president in Spain, Vicente Moreno, recently summarized this in words that I echo: “To succeed you have to anticipate what is coming, be committed to innovation, and create value without losing your values.”*



Nuestro objetivo  
es ofrecerle las  
mejores soluciones  
tecnológicas  
para sus procesos  
de negocio.

¿Hablamos?



El referente tecnológico en el mundo SAP

[www.realtech.es](http://www.realtech.es)



**Yolanda Sandonis,**  
Directora MBC de Carrefour España

**“El mayor reto de un director de sistemas de información es, sin duda, conseguir que las inversiones aseguren un retorno rápido”**

Entrevistamos a Yolanda Sandonis. La directora MBC de Carrefour en España ha desarrollado su trayectoria profesional en esta compañía y, entre sus principales logros destacan industrializar los sistemas que dan soporte a las diferentes áreas de negocio en España (Mercancías, Supply Chain, Tienda, etc); liderar la exportación de los sistemas españoles a otros países del grupo, y consolidar en España el Centro de Soluciones MBC, que da servicio a los diferentes países en los que el grupo está presente.

**Desde su punto de vista, ¿cuáles son los principales desafíos que afronta un director de sistemas de información hoy en día?**

Como directora del Centro de Soluciones MBC (Modelo Back Office Carrefour), considero que, dado el momento de desaceleración económica que atravesamos, el mayor reto sin duda es conseguir que las inversiones en tecnología aseguren un retorno rápido. Esto nos obliga a buscar nuevas fórmulas que nos permitan ser cada vez más competitivos en coste, asegurando la calidad y los plazos.

**¿Están alineadas las iniciativas de TI con los planes de negocio?**

Indudablemente, el objetivo de los sistemas de información es aportar valor al negocio y servir de apoyo a la estrategia del grupo. Además, como departamento de servicios que somos, buscamos

**Yolanda Sandonis,**  
Director MBC, Carrefour Spain

**“The greatest challenge for a director of information systems is to ensure that technology investments provide a quick return”**

*We interviewed Yolanda Sandonis, the Director MBC at Carrefour Spain, who has developed her career in the company. She includes among her main achievements industrialising the systems that provide support to the different business areas in Spain (merchandise, supply chain, store, etc.); leading the export of the Spanish IT systems to other countries in the group; and consolidating the MBC Solutions Centre in Spain, which provides service to the other countries where the group is present.*

***In your point of view, what are the main challenges that a director of information systems faces nowadays?***

*As director of the MBC Solutions Centre (Carrefour Back Office Model), I believe that, given the economic slowdown we are currently experiencing, our biggest challenge is to ensure that technology investments provide a quick return. This forces us to find new formulas that allow us to be even more cost-competitive, guaranteeing quality and deadlines.*

***Are IT initiatives in line with the company's business plans?***

*Without a doubt, the goal of information systems is to provide added value to the business and to support the group's strategy. Furthermore, as a service department, we are constantly looking to provide a response to our users' needs through innovative solutions.*



## Breve descripción de su trayectoria profesional

Mi carrera profesional la he realizado en el departamento de TI de Carrefour. Como principales hitos me gustaría destacar:

- Industrializar los sistemas que dan soporte a las diferentes áreas de negocio en España (Mercancías, Supply Chain, Tienda, etc).
- Liderar la exportación de los sistemas españoles a otros países del grupo.
- Consolidar en España el Centro de Soluciones MBC que da servicio a los diferentes países del Grupo.

## Brief description of her career

My career has been in Carrefour's IT department. For me, the main milestones have been:

- Industrialising the systems that support the different business areas in Spain (merchandise, supply chain, store, etc.).
- Leading the export of the Spanish IT systems to other countries in the group.
- Consolidating the MBC Solutions Centre in Spain, which provides service to other countries in the group.

permanentemente dar respuesta a las necesidades de nuestros usuarios a través de soluciones innovadoras.

### ¿Cuál es la situación actual de los presupuestos tecnológicos?, ¿siguen constreñidos?

Los recortes nos afectan a todos y TI no es una excepción. En esta línea, nuestro mayor aporte es la optimización y automatización de procesos, que permitan a los usuarios incrementar la productividad en su gestión diaria para dar mayor valor añadido a nuestros clientes.

### ¿Cuáles son los proyectos que está priorizando Carrefour en la actual coyuntura económica?

Sin lugar a duda, todos los proyectos relacionados con la iniciativa de "Reinventar el Hipermercado", que consiste en la implantación del nuevo concepto de "Carrefour Planet" en nuestros hipermercados. Por este motivo, apostamos por las nuevas tecnologías que ayudan a conseguir que ir a comprar a las tiendas Carrefour sea una experiencia agradable para nuestros clientes.

### What is the current situation for technology budgets? Are they still tight?

Cuts affect us all and IT is no exception. Along this line, our greatest contribution is to optimise and automate processes, enabling users to increase daily productivity in order to provide greater added value for our customers.

### What priority projects has Carrefour marked for this year?

Without a doubt, all the projects associated with the "Reinventing the Hypermarket" initiative, which involves implementing the new "Carrefour Planet" concept in our supermarkets. For this reason, we have gone in for new technologies that help to make shopping in Carrefour a pleasant experience for all our customers.

### Tell us about the initiatives that your department is rolling out in 2011 and those planned for 2012

The consolidation plan that we are currently implementing will bring us to roll out logistical systems and extend to other formats (Super, Proxy and Cash).



### Cuéntenos las iniciativas que su departamento está poniendo en marcha en 2011 y las previstas para 2012

El plan de consolidación que nos ocupa en la actualidad, nos llevará a finalizar la implantación de los sistemas logísticos y a la extensión al resto de los formatos (Super, Proxy y Cash).

En paralelo, continuaremos desarrollando nuevos proyectos que nos permitan hacer evolucionar el modelo, dando respuesta a las necesidades que surgen como consecuencia del dinamismo que caracteriza al mundo de la distribución, alineados siempre con las iniciativas del grupo.



### ¿Es el outsourcing una opción viable para Carrefour o todo se soluciona internamente?

No sólo es una solución viable, sino una necesidad. Carrefour ha sido pionero en externalizar las tareas que no forman parte del core business y que no aportan valor añadido al negocio. Es una iniciativa que está integrada en su estrategia y que lleva aplicando desde hace años. Como ejemplo, en la década de los 90, externalizamos el Centro de Atención a Usuarios y comenzamos a trabajar con factorías de software.

### ¿En qué medida ha adoptado Carrefour en sus iniciativas tecnológicas que son tendencias imperantes en el sector como cloud computing, movilidad, virtualización, etc.?

Como ya comenté anteriormente, Carrefour apuesta por las nuevas tecnologías que facilitan la compra de nuestros clientes y las que simplifican las tareas de gestión. Prueba de ello son los sistemas implantados basados en la radiofrecuencia. Como ejemplo podemos citar los sistemas "selfscanning" y "selfcheckout" en las tiendas; los sistemas de revisión y reaprovisionamiento de lineales con terminales portátiles en la sala de ventas, o las etiquetas electrónicas con actualización de precios en tiempo real.

### ¿En su opinión qué papel juegan las asociaciones de usuarios de TICs ante fabricantes y consultoras?

Creo que las Asociaciones de Usuarios TIC ayudan a marcar la tendencia de las TI en función de sus necesidades y juegan un papel relevante como prescriptores de TI.

Por lo tanto, fabricantes y consultoras deben adaptarse a la demanda de sus clientes, ya que ellos son también un departamento de servicios.

### ¿Qué soluciones de SAP utiliza Carrefour y cuál ha sido su trayectoria como empresa usuaria de tecnología SAP?

Carrefour comenzó a utilizar los módulos de Finanzas, Controlling, Compras, Tesorería y Activos a finales del año 2000. En 2005 incorporamos Inversiones, Proyectos y SAP-SRM. Desde 2007 utilizamos SAP-PI, y los últimos en llegar han sido SAP-BW con BPS (para el reporting y la presupuestación), REfx para gestionar los alquileres y FSCM para cobros y riesgos de las franquicias.

*Alongside this, we will continue to develop new projects that will enable us to make the model evolve, providing a response to needs as they arise as a result of the dynamic activity that characterises the distribution world, projects which are always in line with the group's initiatives.*

### Does outsourcing represent a viable option for Carrefour or is everything resolved internally?

*It's not just a viable solution; it's a requirement. Carrefour has been pioneer in outsourcing tasks that do not form part of its core business and that do not provide added value for the business. It is an initiative that has been integrated into its strategy for years. For example, in the 1990s, we externalised our Customer Service Centre and we started to work with software factories.*

### To what extent has Carrefour adopted current trends in the sector, such as cloud computing, mobility, virtualisation, etc. in its technology initiatives?

*As I already mentioned, Carrefour is committed to new technologies that help our customers in shopping and that simplify management tasks. Proof of this lies in our systems based on radiofrequency. For example, the "self-scanning" and "self-check out" systems in stores, shelf review and restocking with mobile terminals on the floor, or electronic labelling with real-time updating of prices.*

### What role do ICT user associations have to play in the relationship with manufacturers and consultancy firms?

*I think ICT user associations help to mark the trend in IT according to the customers real needs and play an important role as IT opinion leaders.*

*Hence, manufacturers and consultancy firms should adapt to their customers' demands, as they are a service department too.*

### What SAP solution does Carrefour use and what has been Carrefour's evolution as a user of SAP technology?

*Carrefour started to use the Financial Accounting, Controlling, Purchasing, Treasury and Assets modules at the end of 2000. In 2005, we incorporated Investment Management, Projects and SAP-SRM. Since 2007, we have been working with SAP-PI and the last modules to be introduced have been SAP-BW with BPS (for reporting and budgeting), REfx to manage leasing and FSCM for franchise payments and risks.*





## CIBER, Practical Innovation

*New scenarios, new thinking, new actions*

*Innovation is not just having ideas,  
but more importantly putting them into practice.*

*Since 1974, CIBER has been using differentiating criteria  
and the latest technologies to help their customers.*

*To achieve this, we have changed the perspective through  
which we see things, taking a different outlook than the  
rest, thus achieving excellence.*

*If you want to differentiate yourself from your  
competitors and focus on innovation and creativity,  
CIBER is your best choice.*

*More information and contact: [www.ciber.com](http://www.ciber.com)*



**ciber**  
Practical Innovation.

Pilar Martínez Santa María, Directora de pyme y del Área de Ecosistema de la compañía en SAP Iberia

## “En estos momentos la mayor competencia que tiene una empresa, es la no decisión”

Con más de 18 años de carrera profesional dentro la compañía, Pilar Martínez es una veterana en SAP, donde ha ocupado diversos puestos en las áreas de servicios y formación, desarrollo de negocio y soluciones. En 1997, se produce un punto de inflexión en su carrera cuando SAP decidió delegar en su persona el liderazgo del equipo que desarrolló el plan de creación del canal de distribución para pymes de SAP España. Catorce años después resulta obvio decir que su papel ha sido clave para la incursión de SAP en el mundo de la pyme.



### Hablemos de canal, ¿cómo tiene SAP estructurada su red de distribución?

Tenemos un canal en donde la primera orientación es por segmento de mercado. Dentro de éste distinguimos entre el segmento de la pequeña empresa, donde contamos con la solución Sap Business One y más de 40 partners que tienen subdelegada la función completa de venta licencia y soporte; y el de la mediana empresa, en el que tenemos en torno a 49 partners que comercializan las soluciones SAP Business All- In- One. En este segmento, incluimos a los partners más tradicionales y otros que se han ido incorporando en las áreas de business intelligence y SAP BusinessObjects. Ahora mismo, si vemos las cifras del año pasado, el 30% de las ventas de SAP proceden del entorno SME del total de las ventas en España, por lo que la presencia en volumen de ventas es significativa pero lo más relevante es la presencia en el número de clientes que SAP ha conseguido a través de estos partners. Estamos hablando de que alrededor de un 75% del total de los clientes en España son clientes de canal.

### Con estas cifras, ¿cuál es el objetivo?

La palabra es crecer. Es verdad que es un momento difícil pero también en el que, con más razón, los clientes necesitan soluciones que les ayuden a evolucionar en ese entorno y a saber qué decisiones tienen que tomar para orientar su empresa. No cabe duda de que en estos momentos la mayor competencia que tiene una empresa es la no decisión.

Hay un punto de crecimiento en número de clientes, ventas y cuota de mercado que para nosotros es esencial pero también, en el caso de canal, es clave extender y seguir desarrollando su capacidad de ofrecer servicios en soluciones complementarias a las que, quizás, son más tradicionales.

### ¿Hablamos de diversificar partners o especializarlos?

Hablamos de las dos cosas. Por un lado, tenemos un objetivo de crecimiento en capilaridad que en España es muy significativo por el aspecto de cobertura geográfica de las diferentes áreas y ahí estaríamos hablando de crecimiento en número de partners. La otra clave de crecimiento es conseguir partners especialistas en un área de innovación que tiene un conocimiento muy de nicho y que pueden incorporar esa experiencia y esa práctica para instalar esa solución en el cliente.



*Pilar Martínez Santa María, Director of SMEs and the Ecosystem area in SAP Iberia*

## **“Right now, the biggest competition a business faces is a non-decision”**

*Having spent more than 18 years of her professional career in the company, Pilar Martínez is a veteran in SAP, where she had held various positions in the services and training, business development and solutions areas. 1997 marked a turning point in her career when SAP decided to put her in charge of leading the team that developed the plan to create SAP Spain's SME distribution channel. Fourteen years later, it is obvious that she has played a key role in to SAP's foray into the SME world.*



***Let's talk about channels. How has SAP has structured its distribution network?***

*We have a channel where the first orientation is by market segment. Within this, we distinguish between the small enterprise segment, where we have the SAP Business One solution and more than 40 partners to whom we have sub-delegated the full license sales and support function; and the medium-sized enterprise segment, where we have around 49 partners who market the SAP Business All-In-One solutions. In this segment, we include the more traditional partners and others who have joined in the business intelligence and SAP BusinessObjects areas. Right now, if we look at last year's figures, 30% of SAP sales come from the SME environment of all sales in Spain, so the presence in turnover terms is significant, yet what really matters is the presence that SAP has achieved through these partners in the number of customers. We're saying that about 75% of all customers in Spain are channel customers.*

***With these figures, what's the goal?***

*The word is growing. It is true that the times are tough, but it is just as true that, all the more so, customers need solutions that help them to evolve in that environment and to know what decisions must be taken to put their business on the right path. There is no doubt that, right now, the biggest competition a business faces is a non-decision.*

*There is a point of growth in customer numbers, sales and market share that is essential for us but also, in channel terms, extending and further developing its ability to provide solutions that supplement the more traditional ones is a must.*

***Are we talking about diversifying partners or specialising them?***

*We're talking about both. On the one hand, one of our goals is capillary growth, which in Spain is very significant due to the aspect of geographical coverage of the different areas. There we would be talking*

**Cloud computing va a suponer un punto de inflexión a la hora de ofrecer las soluciones a través de canal, ¿cómo cree que se está adaptando el sistema de distribución a la externalización de infraestructuras?**

A pesar de que las pymes pueden resultar a primera vista las grandes beneficiadas de este modelo, lo cierto es que las grandes empresas están más cercanas a este tipo de concepto por temas de cultura tecnológica, además de ser las que mayores beneficios van a obtener en cuestión de volumen y de ahorros de costes. En cualquier caso, es una oferta interesante y nuestros partners están apostando de una forma clara a través de un modelo de suscripción, alquiler de licencias, con el que aportamos una mayor flexibilidad y adaptación al tamaño de nuestros clientes. Nuestros partners lo ven como una nueva línea de negocio que también tiene una gran entrada en el mundo pyme.

**Otra área de su competencia es el mundo pyme, donde están haciendo importantes avances. El último: el lanzamiento de SAP Business One Starter Package. ¿Cómo ha sido la acogida?**

Tenemos más de catorce años de experiencia en la pyme, con más de 3.000 clientes en España: 1.500 en el segmento de la pequeña empresa y más de 1.600 en la mediana. Nuestro recorrido en estos 20 años es adaptarnos cada vez más al entorno de este tipo de compañías. Esto significa tener proyectos más predecibles, proporcionarles un retorno más claro y, sobre todo, garantizarles que la decisión sea la correcta.

SAP ha trabajado mucho en soluciones preconfiguradas, ya lanzadas para SAP Business All-in-One. En este ámbito, estamos extendiendo en los últimos años prácticas adicionales a estas soluciones preconfiguradas, ya sea por solución o por sectores. De igual forma, trabajamos en proporcionar para los clientes de Business One Starter Package una solución preconfigurada, que les permita acelerar el proceso de arranque y puesta en marcha.

**¿Considera que SAPPHIRE y SAP TechEd son eventos donde las pymes tengan cabida o se necesitan otros eventos similares pero con una focalización más próxima a ellas?**

SAPPHIRE es un encuentro de SAP con sus usuarios para compartir experiencias, dar a conocer la estrategia de la compañía, etc. Si en Iberia el 75% de nuestros clientes son pymes, está claro que tienen que estar. Por su parte, SAP TechEd está más orientado a tecnología desde el punto de vista de innovación tecnológica, tendencias y novedades, en el que puede entrar la pyme pero está pensado más para un foro especialista en temas de tecnología. No obstante, bajo la premisa de la zona geográfica y el concepto del sector, organizamos eventos más locales con nuestros partners y, donde se pueden tratar temas más específicos.

**¿La parametrización, localización y personalización del software SAP tiene futuro a tres o cinco años vista?**

En la medida que este tipo de servicios están más globalizados, va a primar, aparte del aspecto económico, el partner especialista. Nuestros partners tienen experiencia de muchos años y mucha capacitación. Prueba de ello es que muchos de ellos ya están ofreciendo esos servicios de forma global, a veces en remoto, desde España. Tenemos ejemplos de muchos partners españoles que están exportando su experiencia a proyectos en Asia, Europa del Este, Reino Unido o Francia y no sólo a Latinoamérica, como se pensaría, por afinidad lingüística y cultural.

*about growth in partner number terms. The other key to growth is finding partners specialising in an area of innovation that have a very niche knowledge and can bring in that experience and practice to install the solution for the customer.*

**Cloud computing will be a turning point in providing solutions through the channel. How do you think the distribution system is being tailored to infrastructure outsourcing?**

*Although at first sight it may seem that SMEs stand to benefit most from this model, the fact is that large firms are closer to this type of concept for technology-culture reasons. They also stand to benefit the most in terms of volume and cost savings. In any case, it is an interesting offer and our partners are clearly committing to a subscription model, through license rental, meaning that we can be more flexible and adapt better to our customers' size. Our partners see it as a new line of business that will also appeal strongly to SMEs.*

**Another area of your expertise is the SME world, where you are making significant progress. The latest: the launch of SAP Business One Starter Package. How well was that received?**

*We have fourteen plus years' experience in SMEs, with more than 3,000 customers in Spain, 1,500 in the small enterprise segment and more than 1,600 in medium-sized enterprises. Over the last 20 years, we have endeavoured to steadily adapt to the environment of these kinds of enterprises. This means having more predictable projects, providing them with a clearer return and, above all, ensuring that the decision is the right one.*

*SAP has worked hard on preconfigured solutions, which have already been released for SAP Business All-in-One. In this field, in recent years we have been extending additional practices to these preconfigured solutions, either by solution or by sector. We are also striving to provide for Business One Starter Package customers with a preconfigured solution that lets them speed up the startup and implementation process.*

**Do you think there's a place for SMEs at events like SAPPHIRE and SAP TechEd, or do they need similar events that focus more closely on them?**

*At SAPPHIRE, SAP meets up with its users to pool experiences, to publicise the company's strategy, and so on. In Spain and Portugal, 75% of our customers are SMEs, so it's obvious that they have to be there. SAP TechEd is more geared towards technology from the point of view of technological innovation, trends and developments, and though SMEs can go to it, it is designed more for as a forum specialising in technology issues. However, from the geographical area and sector concept perspective, we organise local events with our partners, where more specific topics can be addressed.*

**Do the parameterisation, localisation and customisation of SAP software have any future in three to five years' time?**

*To the extent that these kinds of services are more globalised, what will prevail, apart from the economic aspect, are specialist partners. Our partners have many years' experience and extensive training. Proof of this is that many of them are already offering these services globally, sometimes remotely from Spain. We have examples of many Spanish partners who are exporting their expertise to projects in Asia, Eastern Europe, the UK or France, and not just to Latin America, as one would think, due to linguistic and cultural affinity.*



Haz lo que  
se te da bien. Mejor.

Hoy en día es esencial sacar el máximo partido a los recursos disponibles. En Accenture ayudamos a las organizaciones líderes para asegurarnos de que cuentan con las personas adecuadas, con el perfil requerido, en los puestos apropiados. Nuestro enfoque integral contribuye a crear organizaciones innovadoras formadas por equipos con talento. Hable con nosotros y compruebe cómo podemos ayudarle a que sus profesionales trabajen mejor en equipo.

• Consultoría • Tecnología • Outsourcing

**accenture**

*Alto rendimiento. Hecho realidad.*



Araceli García Cuartango, Directora de Sistemas de Información de Vodafone

## Un poco de historia

En febrero 2006, el grupo Vodafone comenzó un proyecto de transformación para estandarizar y unificar los procesos financieros, de compras y de RR.HH. de la compañía integrando en los mismos los procesos de las operadoras de los diferentes países. Este proyecto fue denominado EVO (EVolution).

*Araceli García Cuartango, Director of Information Systems, Vodafone*

## A brief history of EVolution

*In February 2006, the group Vodafone started a transformation programme to standardise and unify financial, supply chain and HR processes in the company, integrating the processes from the operating companies in the different countries. This project was dubbed EVO (EVolution).*

**E**l objetivo de EVolution era construir un modelo operativo integrado, soportado por un único sistema ERP para las áreas de Compras, Finanzas y Recursos Humanos.

Desde ese momento, y durante dos años, se llevaron a cabo sesiones participadas por personas de las diferentes operadoras del grupo en las que se abordó la definición y diseño de los procesos que se implantarían más adelante.

En estas sesiones, expertos de las diferentes operadoras buscaron básicamente cuatro cosas: definir el futuro modelo operativo de negocio, entender el impacto que supondría el futuro cambio para el negocio, decidir la forma de realizarlo y acordar lo que sería necesario para hacer un éxito del proyecto que se acometía.

El nuevo modelo operativo y sus procesos necesitarían un sistema común que les soportara. En este ámbito también se realizó un estudio de las opciones existentes en el mercado y tras un análisis de las diferentes posibilidades, el sistema elegido fue SAP.

### Implantación

El modelo elegido para el desarrollo del proyecto fue el de implantar los cambios por releases. En cada una de ellas, una o varias compañías operadoras se irían incorporando al nuevo modelo operativo.

VF España formó parte de la quinta release y junto a la estructura de VF Grupo (a este efecto fue tratada como una operadora más) desarrolló su proyecto de transformación.

El proyecto de implantación se desarrolló durante casi año y medio comenzando en octubre de 2009 con el objetivo de dar servicio a partir de octubre de 2010. Finalmente, tras una etapa de estabilización, el proyecto terminó oficialmente en diciembre de 2010.

Actualmente se está implantando la séptima release que a su finalización habrá integrado ya a doce compañías operadoras en el uso del modelo operativo común de EVO implementado sobre SAP ERP 6.0.

**T**he goal of EVolution was to build an integrated operating model, supported by a single ERP system across Finances, Supply Chain and Human Resources.

*From that moment and for two years, briefings were held with people from the different operating companies of the group, during which they defined and designed the processes that would be implemented later on.*

*In these sessions, experts from the different operating companies were looking for four points: define the future operating model for the business, understand the impact that the future change would have on the business, decide how to carry out such a change, and agree on what would be necessary to make the project a success.*

*The new operating model and its processes would need a common system that could support it all. They looked at the different options available on the market, and after analysing various possibilities, they chose SAP as the system for the task.*

### Implementation

*The chosen model for rolling out the project was to implement the changes by releases, with one or several operating companies being incorporated in the new operating model in each release.*

*VF Spain was part of the fifth release, and together with the VF Group (which was treated as another carrier), it implemented its own transformation project.*

*Development of the implementation project went on for almost a year and half, starting in October 2009 with roll out planned for October 2010. Finally, after an initial adjustment stage, the project was officially completed in December 2010.*

*Currently the seventh release is being rolled out, which, on completion, will see twelve operating companies integrated in the use of the common EVO operating model based on SAP ERP 6.0.*



### **Situación en Vodafone España antes del proyecto**

Vodafone España en los primeros análisis del año 2008 partía de un sistema basado en la versión 4.7 de SAP con una fuerte personalización a medida e integración con un número importante de terceros sistemas desarrollados a lo largo de los años de utilización del sistema.

Las características principales que resultaron de ese primer análisis realizado, identificaron un número de 75 sistemas externos (No-SAP) de los que aproximadamente la mitad necesitarían algún tipo de adaptación/eliminación. Asimismo, se identificaron unas 85 interfaces impactadas.

### **La situación tras el proyecto**

La principal consecuencia técnica de la implantación del modelo operativo de EVO ha sido la no inclusión de desarrollos o personalizaciones a medida para las diferentes compañías operadoras.

El CBM (Core Business Model), que define el modelo operativo global, es utilizado por todas las compañías operadoras del grupo Vodafone. A partir de esta base, sólo se han implantado particularizaciones locales justificadas por requerimientos TLS (Tax, Legal, Statutory) impuestos por la legislación de cada país.

Debido a la existencia de funcionalidad que Vodafone España tenía implementada sobre su sistema SAP 4.7, que no encajaban dentro de los procesos contemplados en el alcance del proyecto

### **Situation in Vodafone Spain before the project**

*According to initial analyses performed in 2008, Vodafone Spain started from SAP version 4.7 with heavy customisation and integration with a number of third party systems that had been developed over the years in using the system.*

*The main characteristics found in the first analysis identified around 75 external systems (Non-SAP), of which approximately half would need some type of adaptation or to be dropped. Similarly, 85 interfaces were identified that would be affected by the change.*

### **The situation after the project**

*The main technical outcome from implementing the EVO operating model is that all customised developments for the different operating companies have been dropped.*

*The CBM (Core Business Model), which defines the global operating model, is used by all operating companies of the Vodafone group. From this base system, only local customisations justified by TLS (tax, legal, statutory) requirements imposed by each country's legislation have been implemented.*

*Since the functionality that Vodafone Spain had implemented in its SAP 4.7 system did not fit within the processes contemplated by the scope of the EVO project, the final architecture for our opera-*



EVO, la arquitectura final para nuestra operadora integra ambos sistemas comunicados por nuevas interfaces.

#### **A la finalización del proyecto:**

- Se construyeron 34 interfaces entre el sistema SAP de Vodafone España y EVO (6 basadas en IDOCS y 28 basadas en ficheros).
- No se han construido módulos a medida, sólo cambios locales soportados por el estándar SAP debidos a requerimientos TLS.
- Principales módulos de SAP implementados en EVO: ERP-FI, ERP-HR, BI (Business Intelligence), MDM (Master Data Management), PI (Process Integration) y Portal. Todos ellos soportados por la plataforma Netweaver.

Podemos decir como colofón a este artículo que el proyecto EVO ha traído al grupo Vodafone una reducción muy significativa de la complejidad de su modelo operativo de negocio, que ha redundado también en una racionalización de los sistemas que soportan dicho proceso.

SAP ha demostrado ser una pieza clave en la consecución de este objetivo, posibilitando la creación y soportando el nuevo modelo de negocio de EVO.

*ting company integrates both systems, communicating the two systems using new interfaces.*

#### **On completion of the project:**

- *34 interfaces between the Vodafone Spain legacy SAP system and EVO were built (6 based on IDOCs and 28 based on files).*
- *No customised modules have been built; only local changes supported by the standard SAP have been implemented due to TLS requirements.*
- *Main SAP modules implemented in EVO: ERP-FI, ERP-HR, BI (Business Intelligence), MDM (Master Data Management), PI (Process Integration) and Portal. All supported by the NetWeaver platform.*

*To conclude, the EVO project reduced the complexity of the Vodafone group's operating model and has also resulted in the streamlining of the systems supporting the process.*

*SAP has proved to be a key tool in achieving this goal, enabling and supporting the creation of the EVO business model.*







# ¿Te sientes limitado?

Si tu actual sistema informático te produce la sensación de que esta limitando las capacidades reales de tu empresa o negocio, es posible que necesites ver lo que altim puede hacer por ti...

Te ofrecemos más de 50 soluciones para tu empresa:

SAP

ERP  
B A I O  
para pymes



SAP

CRM  
B A I O  
para pymes



altim<sup>®</sup>

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



Tona Monedero, Directora del Departamento TIC de Codorníu

## “Seguiremos invirtiendo nuevas vías para que la tecnología mejore nuestro negocio”

El Grupo Codorníu es una empresa familiar vitivinícola con cinco siglos de historia. Hoy, continuando lo que empezó Jaime Codorníu en el siglo XVI, se ha convertido en una de las compañías vitivinícolas más importantes del mundo cuyas marcas son líderes en cavas y vinos de calidad. En esta entrevista, Tona Monedero nos cuenta la evolución tecnológica que ha experimentado la compañía.

### ¿Cuáles son los principales desafíos que afronta un Director de Sistemas de Información hoy en día?

Estamos en un momento en el que debemos reenfocar nuestra definición del puesto de trabajo. Hasta ahora, nos han ligado mucho con lo que es puramente la tecnología. Debíamos conocer bien las tecnologías (aplicaciones) y no tanto nuestros negocios. Ahora tenemos que dar ese salto y convertirnos en directivos de negocio. Si nos limitamos a conocer bien el mercado de la tecnología, es más probable que nuestros puestos sean prescindibles en la empresa y se puedan encontrar fuera. El principal reto es que asumamos esta función y sepamos transmitírsela a nuestras empresas. De este modo, podremos aportar un valor diferencial.

### ¿Cuál es la situación actual de los presupuestos tecnológicos?

Atravesamos un momento de crisis coyuntural y, por tanto, la contención del gasto y la inversión es inevitable. El consumo no está en un buen momento, y eso repercute directamente en las partidas que se destinan al departamento de TI. Los presupuestos, en resumidas cuentas, se han ajustado: hemos pasado por una etapa de optimización y racionalización de nuestros recursos.

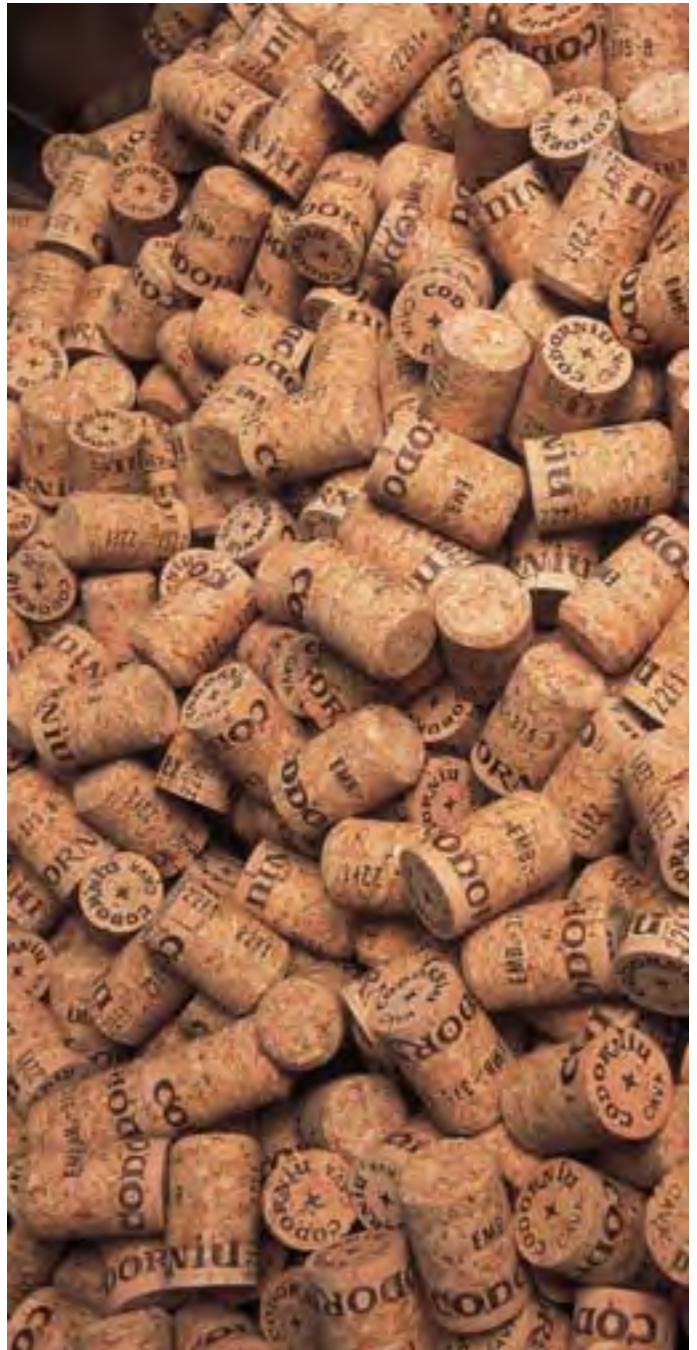
### ¿Qué proyectos está priorizando Codorníu ante la actual coyuntura económica?

Principalmente, los de business intelligence, análisis de datos y análisis de proyecciones. Tenemos ya una gran estructura de BI implantada y lo que necesitamos es, a través del resultado de los datos, obtener proyecciones y simulaciones con las que proyectar y predecir mejor el futuro. Otra área en la que queremos potenciar es la de conocer mejor a nuestros consumidores, que al final son quienes disfrutan nuestros productos.

Y como parte del proceso continuo de innovación en nuestros procesos productivos, estamos muy centrados en mejorar la informática de las cadenas de producción y suministro.

### ¿Es el outsourcing una opción viable para Codorníu?

Absolutamente. Veo el outsourcing como la única opción a corto y medio plazo. El outsourcing, sobre todo para los temas tecnológicos, es crucial. Mi negocio no es la tecnología, sino hacer y vender vino; por tanto, mi objetivo es encontrar al mejor proveedor para que nos ayude a aplicar las tecnologías más idóneas para nuestro negocio.





*Tona Monedero, Director of the ICT department, Codorníu*

## **“We continue to invest in finding new paths so that technology improves our business”**



*Grupo Codorníu is a family-owned wine producer that dates back five centuries. Today, continuing the work started by Jaume Codorníu in the 16th century, it has become one of the top wine producers in the world, whose quality brands are leaders in the cava and wine markets. In this interview, Tona Monedero tells of the technological evolution that the company has experienced.*

### ***What are the main challenges that an IT manager faces nowadays?***

*We are at a point where we need to redefine our position. Until now, we were closely tied with the technology side. We had to be familiar with technologies (applications), but not as much so with the business side. Now we have to take that leap to become business managers. If we limit ourselves to just knowing the technology market, it is more likely that our jobs will become expendable within the company and we will find ourselves out of a job. The main challenge is to take on that role and know how to transmit it to our companies. This way, we can provide differential value.*

### ***What is the current situation for technology budgets?***

*We are currently experiencing an economic crisis, so restricting expenses and investment cannot be avoided. Consumer spending is going through difficult times and this directly affects funds allocated to the IT department. The bottom line is that our budgets have been*

*tightened: we have gone through a stage of optimising and rationalising our resources.*

### ***What priority projects has Codorníu marked for this year?***

*Mainly ones associated with business intelligence, data analysis and forecast analysis. We already have a good BI structure implemented. What we need is to obtain projections and simulations from the data with which we can better forecast and predict the future. Another area that we want to focus on is getting to know our customers better, as when it comes down to it, they are ones that buy our products.*

*As part of our on-going innovation in our manufacturing processes, we are focused on improving how our IT systems handle supply and production chain management.*

### ***Does outsourcing represent a viable option for Codorníu?***

*Absolutely. I see outsourcing as the only option on a short and medium-term basis. Outsourcing is crucial, especially for technology*



A corto plazo, la externalización es la única alternativa, y más en momentos como los actuales.

**¿En qué medida ha adoptado Codorníu tecnologías o tendencias imperantes como Cloud Computing, movilidad, virtualización, etc.?**

En estos momentos estamos valorando modelos cloud para ciertas aplicaciones, pero como ya he comentado preferimos que sea un proveedor tecnológico quien nos acompañe. Queremos desligarnos del tema puramente tecnológico, en cuanto a arquitectura, seguridad, etc., para poder centrarnos en nuestro negocio y darle valor. Seguiremos invirtiendo y buscando nuevas vías para que la tecnología mejore nuestro negocio.

**En su opinión, ¿qué papel juegan las asociaciones de usuarios de TIC ante fabricantes y consultoras?**

Juegan un papel importante, aunque creo que deberían ejercer más fuerza. Nos queda mucho camino por recorrer, ya que, por el momento, no estamos consiguiendo cosas en común. Sabemos que “la unión hace la fuerza” y hay que caminar en esa dirección. Podríamos conseguir más cosas si uniéramos nuestro poder de decisión ante estas empresas.

**¿Qué soluciones de Seidor utiliza y cuál ha sido su trayectoria como empresa usuaria de tecnología SAP?**

En Codorníu siempre hemos sido conscientes de la relevancia de los sistemas de información en nuestros procesos de negocio. De hecho, fuimos una de las primeras organizaciones nacionales en apostar por SAP como plataforma tecnológica. Hemos ido implementando SAP de forma progresiva en las diferentes áreas de la organización, cubriendo el ciclo completo de back-office (ventas, producción, materiales, compras, recursos humanos, finanzas y control de gestión).

En cuanto a Seidor, es un socio estratégico para nosotros con el que en los últimos tiempos estamos trabajando dentro del área de recursos humanos, donde nos está ayudando a desarrollar y mejorar su gestión dentro del entorno SAP. La opción más eficaz es transformar las funciones tradicionales de recursos humanos en un programa de gestión, ya que de esta manera se logra centrar la gestión en la creación de valor adquirido y no en la mera y monótona función administrativa que se le ha asignado tradicionalmente. Y, por último, también nos están ayudando en un proyecto estratégico para Codorníu: la consolidación.

**Como miembro de CIONET y de AUSAPE, ¿qué destacaría y qué mejoraría dentro de su funcionamiento, respectivamente?**

Destacaría el “foro”, la capacidad que tienen ambas organizaciones de tener una masa crítica y significativa por parte de las empresas que estamos ahí representadas.

De una manera más crítica, creo que deberían ser más proactivos a la hora de proponer acciones entre los miembros, que realmente puedan ser interesantes y nos puedan ayudar en nuestros negocios.

**Como mujer, ¿a qué retos se enfrenta?**

En general, nunca he tenido problemas significativos. Evidentemente, somos muy pocas, y menos aún en puestos directivos; así que, al haber menos, te conviertes en la excepción. Es un sector muy masculinizado y sí, creo que una mayor presencia femenina le aportaría más valor, pero no por el hecho en sí de ser mujeres, sino porque tenemos maneras diferentes de afrontar los problemas, de enfocar los temas, de gestionar los equipos. Por tanto, definitivamente, si hubiera más equidad, el equilibrio sería más positivo.

*issues. My business is not technology, rather producing and selling wine; therefore, my goal is to find the right provider that can help us to apply the best technology for our business.*

*On the short term, externalisation is the only alternative, especially in moments like these.*

**To what extent has Codorníu adopted current technology, such as cloud computing, mobility, virtualisation, etc?**

*At the moment, we are assessing cloud models for some applications, but as I mentioned before, we prefer to have a technology provider support us on the whole process. We want to be able to free ourselves from purely technological issues, i.e. architecture, security, etc. and to focus on our business to give it greater value. We will continue to invest in finding new paths so that technology improves our business.*

**What role do ICT user associations have to play in the relationship with manufacturers and consultancy firms?**

*They play an important role, although I believe they need to take a stronger stance. We still have a long way to go, as we still have to find common ground on some issues. We know that “united we stand” and we have to go in that direction. We could achieve a lot more if we combined our decision-making power against these companies.*

**What Seidor solutions do you use and what has been Codorníu's evolution as a user of SAP technology?**

*At Codorníu, we have always been aware of the importance that IT systems play in our business processes. In fact, we were one of the first organisations in Spain to opt for SAP as a technology platform. We have been implementing SAP gradually in the different areas of the organisation, covering the entire back-office cycle (sales, production, materials, purchasing, HR, finances and management control).*

*Seidor represents a strategic partner for us: recently we have been working with them in the area of Human Resources, where they are helping us to develop and improve our management within the SAP environment. The most efficient option is to transform traditional HR functions in a management program, as this way we can focus management on creating acquired value and not on only mere, monotonous administration functions, to which the position has been traditionally assigned. Finally, they are helping us in a strategic project for Codorníu: consolidation.*

**As member of CIONET and AUSAPE, what would you highlight and improve within their operation, respectively?**

*I would highlight the “forum” aspect, the capacity that both organisations have to obtain a critical mass of the companies like us that are represented there.*

*More critically, I think they should be more pro-active in suggesting actions to members that could really be of interest and help us in our businesses.*

**And as a woman, what challenges do you face?**

*In general, I haven't had any major problems. Obviously, there are very few of us, and fewer still in senior positions, so you become the exception since there are less of us. It is a male-dominated sector and I think that a greater presence of women would bring more value, but not due to being women, rather that we have different ways of facing problems, approaching issues, managing teams. Without a doubt, if there were more balance in numbers, the equilibrium would be positive.*

AGILIDAD  
EFICACIA  
CLARIDAD  
INTELIGENCIA  
RAPIDEZ  
SIMPLICIDAD  
AUDACIA  
EFICIENCIA  
FLEXIBILIDAD

# THE BEST RUN BETTER WITH SAP

**SAP AYUDA A LA MEJORES COMPAÑÍAS DEL MUNDO  
A HACER LO QUE SABEN HACER, AUN MEJOR.**



Ayudar a las empresas a competir mejor, innovar, brindar un mejor servicio a los clientes o ser más rápido que la competencia, SAP tiene un único objetivo: hacer que cada empresa logre la mejor gestión.

Nuestro software está diseñado para ello. Nuestra compañía gira alrededor de esto. Nuestra gente se enfoca en ello.

Descubra lo que SAP puede hacer por su empresa en [sap.com/spain](http://sap.com/spain)



**Silvia Leal,**  
Directora Académica del IE Business School  
*Academic Director, IE Business School*



**Pasión por  
la innovación**  
*Passion for  
innovation*



La innovación es mi pasión. Por supuesto que no es la única, pero va ganando posiciones. Cada día más. ¿La razón? No hay una, son muchas y entiendo que la atracción que yo siento por ella y lo que se mueve a su alrededor no esté compartida por todos, pero me consta igualmente que no soy la única. Y cuando te atrapa, ya no te deja escapar. Por este motivo, son muchos los que han dedicado gran parte de su tiempo y sus publicaciones a la innovación, desde hace ya décadas.

**E**n esta línea, podemos empezar nombrando referentes como Tom Peters a quien la revista Fortune nombró el Ur-Gurú (el gurú de los gurús), tras publicaciones como *Pasión por la Excelencia*, donde afirmó que las reglas de oro para el éxito empresarial pueden resumirse en dos, marketing e innovación. A este respecto, recogeré una de sus frases que, sin duda, dejan clara esta pasión que ambos compartimos: “Me he convertido en un obseso de la innovación. Incluso sueño con ella”. No obstante, Peters no es pionero en este campo. En este sentido, encontramos que Schumpeter (1939) ya recogía en sus publicaciones muchas décadas antes la importancia de la innovación tecnológica, inspirándose a su vez en aportaciones anteriores como las de Adam Smith (1776) y David Ricardo (1817). Y ha “llovido” mucha investigación y literatura desde entonces...

Y desde aquí me pregunto: ¿Cuál es el papel de SAP en todo esto? Para responder acudiré, en primer lugar, a aportaciones de organismos internacionales respecto al papel de las TIC, como la siguiente de la Comisión Europea: “A ellas se deben la cuarta parte del crecimiento del PIB de la UE y el 40% del crecimiento de la productividad”. En otras palabras, estas herramientas son nuestra principal fuente de crecimiento, siendo en muchos países la única.

En este sentido, como todos sabemos, SAP es líder indiscutible en el ámbito del software empresarial, con una presencia en nuestro tejido empresarial fuertemente consolidada. Por otro lado, la cualificación de los empleados respecto a estas herramientas es, hoy en día, muy elevada. Adicionalmente, los costes de estos proyectos han sufrido una reducción dramática. Y muchas ocasiones las licencias ya están incluso adquiridas, debido a la tradicional política comercial que favorecía en gran medida la adquisición de paquetes modulares completos frente a módulos independientes. Si esto es así... ¿No deberíamos hacer un mayor esfuerzo por innovar con estas herramientas?

La innovación tecnológica no es o será una opción para las empresas. Es y será la clave de su supervivencia. Por ello, para aquellas que no lo quieran ver, y que en estos momentos tan difíciles se concentren únicamente en seguir haciendo las cosas como hasta hoy, esperando que pase la tormenta, el futuro será más oscuro que el negro, como el material que ha desarrollado recientemente la NASA para sus mediciones más difíciles. Y no es mi opinión, es la de Peters, Schumpeter, Smith, Ricardo, la Comisión Europea y muchos otros. Yo no me lo pensaría demasiado...

*Innovation is my passion. Sure, it is not the only one, but it is going up the ladder of my interests. Each day faster. Why is that? There is not just one reason, there are many. Of course, I understand the attraction I feel for innovation, and everything connected with it, is not shared by everyone, but I realize I am not alone either. When it grabs you it does not let you go. That is why many people have devoted a great part of their time and publications to innovation for nearly a century.*

**T**hinking about all that, we could start mentioning leading names like Tom Peters, who was dubbed Ur-Guru by Fortune Magazine (the Guru of Gurus), due to publications like *A Passion for Excellence*. In his work he stated that the golden rules for business success can be summed up in two factors: marketing and innovation. Regarding this point I will use one of his sentences that, without doubt, clearly highlights the passion we share: “I have become obsessed by innovation. I even dream about it”. However Peters is not a pioneer in this field. We find that others before him already talked about the role of innovation, like Schumpeter (1939), then before him for example Adam Smith (1776) and David Ricardo (1817). And from then on, a lot of research and literature has rained down...

So I wonder: What is the rule of SAP in all this? For the answer I will start by using contributions from international organisms about the role of new technologies, like the following one by the European Commission: “We owe a quarter of the growth of the European GDP and 40% of productivity to new technologies”. In other words, these tools are our main source of growth, and in many countries the only one.

As we know, SAP is the indisputable leader in business software, being strongly consolidated in the fabric of our businesses. On the other hand, the employee qualification regarding these tools is very high nowadays. Additionally the costs of these projects have gone through a dramatic reduction. Also licences have often already been bought, due to the traditional sales policy of software companies promoting the acquisition of whole modular packages as opposed to independent modules. So if that is the way it is... shouldn't we make a bigger effort to innovate with these tools?

Technological innovation is not or will not be a choice for companies. It is and will be the key to survival. There are companies who do not wish to change, and who in these difficult moments concentrate only on continuing to do things the way they have always been done. They are waiting for the storm to pass, and their future will be darker than the black, like the material that NASA has recently developed. This is not just my opinion, this is Peters, Schumpeter, Smith, Ricardo, the European Commission and many other people's. I would not think it twice.



**Irene Solino,**  
Team Leader en CIBER  
*Team Leader at CIBER*

**ciber**

## La innovación práctica es la clave del éxito

Con una extensa experiencia en el mercado de TI, Irene Solino, Team Leader en CIBER, reflexiona para nuestros lectores sobre la importancia de apostar, hoy más que nunca, por la creatividad y la innovación tanto a la hora de abordar proyectos como en creación de equipos multidisciplinares, que trabajan en colaboración.

“Los dogmas del pasado silencioso son inadecuados para el presente tempestuoso. La ocasión es una montaña de dificultades, y debemos crecer con la circunstancia. Como nuestro caso es nuevo entonces tenemos que pensar de nuevo y actuar de nuevo”.  
Diciembre 1862 – **Abraham Lincoln**

**E**sta cita de Lincoln bien podría haberse realizado en la alterada actualidad. Las circunstancias nos obligan a pensar, organizar y actuar de forma diferente. La innovación y la creatividad representan la diferencia entre una empresa que crece con las circunstancias a una que sólo se pone a la altura de las mismas.

Ante la incertidumbre de lo que pasará en el futuro, el desafío en la actualidad es analizar los problemas con los ojos de un niño, con capacidad extraordinaria de creatividad e innovación. Debemos cambiar la perspectiva con la que observamos las cosas, más que nunca diferenciarnos del resto, debemos ser excepcionales.

### Nuevos proyectos, nuevos equipos

Se hace imprescindible más que en otro momento hasta ahora contar con equipos multidisciplinares para poder dar respuesta a las necesidades actuales de conectividad. Es preciso abarcar conocimientos en diferentes tecnologías y productos para poner a disposición del mercado soluciones móviles, portales o intranets con capacidades sociales, herramientas colaborativas de trabajo, aplicaciones con tecnología Cloud Computing... y todo esto integrado con diferentes ERPs o bases de datos y con capacidades analíticas para la explotación de la información.

## Practical innovation is the key to success

*With extensive experience in the IT market, Irene Solino, team leader at CIBER, analyses the importance of creativity and innovation now more than ever when approaching projects and creating multi-disciplinary teams that can work together.*

“The dogmas of the quiet past are inadequate to the stormy present. The occasion is piled high with difficulty, and we must rise with the occasion. As our case is new, then we must think anew, and act anew”.  
December 1862 – **Abraham Lincoln**

**T**his quote from Lincoln could have been said in the stormy present situation. The occasion forces us to think, organise and act differently. Innovation and creativity represent the difference between a company that rises with the occasion and one that only rises to the occasion.

*When faced with uncertainty about what will happen in the future, the challenge in the present is to analyse problems through the eyes of a child, with an extraordinary capacity for creativity and innovation. We must change the perspective with which we see things. More than ever, to stand out from the rest, we must be exceptional.*

### New projects, new teams

*Having multi-disciplinary teams becomes even more essential in responding to current connectivity needs. They must possess knowledge of different technologies and products to provide the market with mobile or portable solutions, intranets with social capabilities, collaborative work tools, applications with cloud-computing technology... that can be integrated with different ERPs or databases, and with analytical capabilities for exploiting information.*

*When integrating transactional services with SAP, an in-depth study for each particular case needs to be performed, determining the most suitable method for integration. The possibilities are diverse:*

- *Through SAP NetWeaver Process Integration services: this integration method enables information exchange in any format and can use a wide variety of protocols, hence providing a centralised communication environment.*
- *Using Web Dynpros for ABAP or Java: this method enables web*

A la hora de integrar servicios transaccionales con SAP se debe realizar un estudio para cada caso particular y determinar la forma más adecuada para la integración. Las posibilidades son múltiples:

- Mediante servicios SAP PI: permite un intercambio de información en cualquier formato y puede utilizar gran variedad de protocolos, permitiendo así un entorno centralizado de comunicación.
- Uso de Webdynpros ABAP o JAVA: que permiten disponer de servicios web dotados de funcionalidad SAP. Se basa en el patrón Model-View-Controller que asegura una separación entre los interfaces y los servicios de backend.
- ITSMobile: éste es un componente para conectar un dispositivo móvil a un sistema SAP con el fin de ejecutar aplicaciones basadas en el modelo de programación de SAP. ITS-Mobile sustituye a Web SAP Console y admite la entrada de datos a través de códigos de barras, voz y radiofrecuencia. En estos casos el ITS se encuentra dentro del Kernel de NetWeaver, lo que permite simplificar la infraestructura necesaria.
- SAP Java Connector: con el que se dispone de una serie de clases Java que permite integrar con el sistema, ejecutando cualquier tipo de BAPI o RFC.

Para llevar a cabo este tipo de proyectos, donde se engloban herramientas colaborativas y servicios de acceso a funcionalidad de SAP, se debe disponer de profesionales con conocimientos en todos los módulos de SAP y productos, así como en nuevas tecnologías. En este tipo de proyectos confluyen funcionalidad, branding, usabilidad, diseño y tecnología. La creación de equipos mixtos, con los conocimientos necesarios, trabajando en conjunto y bajo las mismas metodologías de trabajo es la clave del éxito.

### Nuevas funcionalidades

Las funcionalidades más demandadas en este tipo de iniciativas son:

- Integración Office: muchas veces se requiere trabajo colaborativo con las herramientas ofimáticas de Microsoft. Esto permite:
  - Que diferentes personas pueden trabajar simultáneamente en un documento compartido usando MS Office.
  - Sincronización sin necesidad de un upload específico.
  - Control de versiones.
  - Trabajar de manera online y offline.
- Capacidades sociales:
  - Directorio social: donde se dispone de los datos personales y profesionales de cada usuario, su disponibilidad, fotos, grupos de interés...
  - Blogs: tanto individuales, departamentales o de proyecto.
  - Áreas de trabajo: cada proyecto dispone de un área de trabajo con ciertos usuarios permitidos, gestión documental, avances de las tareas, compartición de material...
- Gestión multimedia: este tipo de proyectos se caracteriza por su alta carga de material multimedia. Se requieren funcionalidades que permita la subida, categorización y distribución de imágenes, videos y archivos de sonido. Estos pueden integrarse de for-



*services to be equipped with SAP functionality. It is based on the Model View Controller (MVC) design pattern, which ensures a clear distinction between interfaces and back-end services.*

- *ITSmobile: this component is used to connect mobile devices to SAP systems in order to run applications based on the SAP programming model. ITSmobile replaces the SAP Web Console and allows data entry through barcodes, pick by voice and RFID. In these cases, the ITS is found in the NetWeaver Kernel, simplifying the infrastructure needed.*
- *SAP Java Connector: this enables integration with systems using a series of Java classes, running any type of BAPI or RFC.*

*To carry out any of these types of integration project, including collaborative tools and services to access SAP functionality, you need expert professionals with extensive knowledge of all the SAP modules and products. Integration projects combine elements of functionality, branding, usability, design and technology. Creating mixed development teams with the knowledge required that can work as one under the same work methodology is the key to success.*

### New functionalities

*The most common functionalities requested in integration projects are:*

- *Office integration: often collaborative work is required with Microsoft Office tools, enabling:
 
  - Different people to work simultaneously on shared documents using MS Office.
  - Synchronisation without requiring specific uploads.
  - Version control.
  - Online and offline work.*
- *Social capabilities:
 
  - Social directory: providing personal and professional data on each user, their availability, photos, groups of interest, etc.
  - Blogs: individual, department and project blogs.
  - Work areas: each project has a work area with determined allowed*



ma directa en contenidos tipo blogs, documentos, discusiones...

- Gestión de Workflows: para realizar una gestión de flujos de trabajo.
- Multidispositivo: permitiendo el acceso desde diferentes terminales.
- Modelo analítico potente: con el cual se pueda explotar la información, integrándola o no con productos como SAP BI/BO.
- Cloud computing: cada vez con más asiduidad se desea disponer de toda esta funcionalidad en la "nube".

Las diferentes tecnologías que permiten este tipo de proyectos son: Plataforma Jive, Entorno desarrollo Google, SDLTridion, Microsoft SharePoint, OpenText, Elgg, Kentico, Liferay, Drupal, Acquia...

Cualquier de ellas permite integración con SAP de forma segura, dando valor y funcionalidad y ofreciendo a los diferentes partners (clientes, empleados, proveedores) acceso a servicios del backend.

### CIBER Practical Innovation

Innovar no es sólo tener ideas, es llevarlas a la práctica. En CIBER utilizamos ideas diferenciadoras junto con las últimas tecnologías en cada momento para ayudar a nuestros clientes desde 1974. Disponemos de equipos multidisciplinares que trabajan en conjunto para ofrecer la mejor solución.

Con más de 90 oficinas en 18 países, con CIBER tendrá siempre un socio cercano que se centra en sus objetivos de negocio y que se preocupa por su éxito.

Si quieren diferenciarse de la competencia y apostar por la Innovación y Creatividad, CIBER es su socio colaborador.

users, document management, task progress, material sharing, etc.

- *Multimedia management: these projects are characterised by extensive uploading of multimedia material. They require functionalities that enable users to upload, categorise and distribute images, videos and sound files, which can be directly integrated in contents like blogs, documents, conversations, etc.*
- *Workflow management: organising and handling workflows.*
- *Multi-device: providing access from different terminals.*
- *Powerful analytic model: enabling data mining, integrating the information with products like SAP BI/BO.*
- *Cloud computing: more and more often, users want all these functions in the "cloud".*

The different technologies that allow these different integration projects are: Jive platform, Google development environment, SDL Tridion, Microsoft SharePoint, OpenText, Elgg, Kentico, Liferay, Drupal, Acquia...

Any of these technologies allow secure integration with SAP, providing value and functionality, and offering the different partners (customers, employees, suppliers) access to back-end services.

### CIBER Practical Innovation

Innovating is not just about having ideas... it's about carrying them out. At CIBER, we have been using innovative ideas and the latest technologies to help our customers improve since 1974. Our multidisciplinary teams work as one to offer the best solution.

With more than 90 offices in 18 countries, with CIBER, you will always have a partner close by, who is focused on your business objectives and who cares about your success.

If you want to stand out from the competition and commit to Innovation and Creativity, CIBER is your partner.



## EL MUNDO HABLA SAP Y NOSOTROS SOMOS SU INTÉRPRETE

[www.itelligence.es](http://www.itelligence.es)



■ oficinas itelligence  
■ proyectos de itelligence

## WE ARE YOUR LOCAL PARTNER AND GLOBAL PLAYER IN ONE.



**itelligence**

Servicios Informáticos itelligence, S.A. ■ Pau Claris, 162-164, planta 5ª ■ 08037 Barcelona  
Tel.93 467 4690 ■ Fax 93 488 0782 ■ [www.itelligence.es](http://www.itelligence.es) ■ [info@itelligence.es](mailto:info@itelligence.es)



**Susana Villar,**

Responsable de Alianzas y Desarrollo de Negocio SAP en OpenText España  
*Head of SAP Business Alliance and Development, OpenText Spain*

**OPENTEXT**  
 THE CONTENT EXPERTS

## “Nuestra estrategia es estrechar aún más, si cabe, nuestra relación con SAP”

A lo largo de esta entrevista, la directiva Susana Villar, de OpenText España, se muestra satisfecha con los resultados que su compañía ha conseguido en el país tres años después de que la compañía haya ampliado su alianza estratégica con SAP. Los resultados están avalados por 60 clientes conjuntos, que se benefician de sus soluciones en proyectos de optimización de procesos o eliminación de papel, por ejemplo.

## “Our strategy is to make our relationship with SAP even closer”

*During this interview, Susana Villar, from OpenText Spain, expresses her satisfaction with the results that her company has obtained in Spain three years after having extended its strategic alliance with SAP. Their results are endorsed by 60 mutual customers that benefit from their solutions in projects to optimise processes or reduce physical paperwork, for example.*

### ¿Cuáles son los pilares en los que se basa la alianza estratégica que mantienen SAP y OpenText?

La alianza estratégica que mantenemos con SAP se basa en más de dos décadas de desarrollo conjunto y en la experiencia obtenida en el suministro de soluciones a más de 4.000 clientes de SAP en todo el mundo. Fruto de esta relación es la posición de liderazgo de OpenText en el mercado de gestión y archivo de documentos y datos para soluciones SAP. Del mismo modo, SAP ha cosechado un gran éxito distribuyendo múltiples soluciones de OpenText en ámbitos como el acceso a documentos, gestión y archivo de facturas o gestión de activos digitales. Nuestras soluciones permiten crear, acceder, gestionar y archivar de forma segura todo el contenido de los sistemas SAP en una empresa facilitando la gestión de riesgos, la eficiencia operacional, así como la consolidación de los sistemas de TI.

En definitiva, esta alianza ha ayudado de forma conjunta a miles de clientes empresariales a incrementar significativamente el retorno de su inversión en SAP y a gestionar sus crecientes volúmenes de contenidos.

### Desde su posición como principal responsable de la alianza entre SAP y OpenText, ¿Cuál es la relación entre ambas filiales españolas?

Llevamos trabajando con clientes conjuntos desde nuestra implantación en España hace ya más de tres años. Fruto de ello hemos

### What are the pillars for the strategic partnership between SAP and OpenText?

*Our strategic alliance with SAP is based on more than two decades of co-development and the experience obtained in supplying solutions to more than 4,000 SAP customers around the world. As a result of this cooperative relationship, OpenText is market leader in document management, document archiving and data archiving for SAP solutions. Similarly, SAP has achieved major success by distributing multiple OpenText solutions in areas such as document access, invoice management and archiving, or digital asset management. Our targeted solutions let customers create, access, manage and securely archive all content for SAP systems in their company, addressing stringent requirements for risk management, operating efficiency and IT consolidation.*

*In short, this alliance has helped thousands of business customers to significantly increase their ROI on their SAP solutions and manage growing volumes of content.*

### From your position as head of the alliance between SAP and OpenText, what is the relationship between the two Spanish subsidiaries?

*We have been working together with mutual customers since our establishment in Spain more than three years ago. As a result, we have developed a fluid relationship with the team of SAP Spain; from the BAT&LoB (Business and Technology & Line of Business) team that*

desarrollado una relación muy fluida con el equipo de SAP en España, desde el propio equipo de BAT&LoB (Business and Technology & Line of Business), que gestionan las soluciones OpenText en SAP, pasando por toda la fuerza comercial, alianzas, educación, etc...

### **Concretamente en España, ¿cómo ha recibido el mercado la alianza entre SAP y OpenText?**

Desde que ambas compañías decidimos ampliar nuestra alianza en 2008, nuestras soluciones están teniendo una excelente acogida en el mercado español, donde ya contamos con 60 clientes conjuntos, en todos los sectores. Las áreas claves en las que nos estamos centrando son fundamentalmente proyectos de optimización de procesos y eliminación de papel.

### **¿Cuáles son los principales beneficios que aportan las soluciones de OpenText a los clientes de SAP?**

Con OpenText ECM para SAP, los clientes pueden simplificar sus procesos de cuentas a pagar, disminuir los gastos relacionados con la gestión de equipamiento y almacenamiento, reducir los riesgos legales, cumplir de manera efectiva con las normativas referentes a la protección y preservación de contenidos, y tener una visión de principio a fin de todos sus procesos a través de la organización.

### **¿Qué demandan hoy los clientes de SAP en torno a la Gestión de Contenidos o ECM y cómo puede la tecnología de OpenText resolver estas necesidades?**

Fundamentalmente demandan soluciones que aporten o bien un valor tangible a las diferentes unidades de negocio, por ejemplo, reducción notable en los tiempos de gestión de tareas que supongan la gestión de información, o bien un ahorro de costes, que a medio plazo supere, obviamente, la inversión efectuada. También requieren aplicaciones de gestión de contenidos que no sólo se integren de manera natural con sus sistemas SAP, sino que además supongan una extensión de los mismos.

Otra área de interés son las soluciones de cumplimiento, que ayudan a las empresas a cumplir con las normativas y disposiciones de tipo interno, legal y de industria, especialmente en sectores sensibles. Y también aumenta la demanda de entornos colaborativos y aplicaciones de medios sociales.

### **¿En qué sectores se demandan más este tipo de soluciones?**

Cualquier empresa, independientemente del sector, es susceptible de utilizar este tipo de soluciones, porque hoy en día, la eliminación del papel y el ahorro de costes son proyectos presentes y prio-



*manages the OpenText solutions in SAP, right through to the sales force, alliances, education, etc.*

### **Regarding the Spanish market, how has the alliance between SAP and OpenText been received?**

*Since both companies decided to extend their partnership in 2008, our solutions have had a favourable reception in the Spanish market, where we already have 60 mutual customers, from all sectors. The key areas on which we focus are mainly projects to optimise processes and reduce physical paperwork.*

### **What are the main benefits of OpenText solutions for SAP customers?**

*With OpenText ECM for SAP, customers can streamline their Accounts Payable management, reduce resource management and archiving costs, mitigate legal risks, comply effectively with regulations on content protection and archiving, and obtain an overall vision of the processes within the organisation.*

### **What are SAP customers looking for in terms of ECM nowadays and how can OpenText technology answer those needs?**

*Fundamentally, customers are looking for solutions that provide either a tangible value in the different business units i.e. a notable reduction in task management times involved in information management, or cost savings over the medium term that are greater than the investment made. They also require content management applications that not only integrate perfectly with their SAP systems, but that are an extension of those systems.*



ritarios en todas las industrias. No obstante, si tenemos en cuenta el tema crítico del cumplimiento de normativas y legislación, el sector farmacéutico es uno de los que necesitan llevar a cabo estos proyectos con mayor rigidez y urgencia.

#### **¿Qué nuevas soluciones se han incorporado a la cartera de productos para SAP?**

Recientemente hemos incorporado a la suite ECM for SAP Solutions una solución que trabaja con la aplicación SAP® Travel Management y elimina la necesidad de circulación de las facturas en papel para procesar los informes de gastos. Permite digitalizar los gastos de viaje y enviarlos al sistema sin necesidad de que circule físicamente. El objetivo es ayudar a las empresas a reducir significativamente el coste y el tiempo que conlleva el procesamiento de reembolsos, así como el esfuerzo de los empleados que viajan. Esta solución es un ejemplo de cómo la tecnología ECM optimiza completamente las soluciones SAP.

#### **¿Qué objetivos se plantea OpenText con respecto al área de soluciones para SAP de cara a 2012?**

Observamos una fuerte demanda entre las empresas para mejorar la forma de gestionar todos los tipos de contenido de negocio en sus entornos SAP. Por ello, nuestro objetivo es continuar impulsando la innovación conjunta a través de esta alianza estratégica, con el fin de ofrecer las mejores soluciones en el ámbito de la Gestión de Contenidos Empresariales integradas estrechamente con las soluciones SAP a nuestros clientes mutuos. Por ello, nuestra estrategia es estrechar aún más, si cabe, nuestra relación con SAP.

*Other areas of interest are compliance solutions, which help companies to comply with regulations and internal, legal or industry provisions, especially in more information-sensitive sectors. Furthermore, the demand for collaborative environments and social media applications is also on the increase.*

#### **Which sectors look for this type of solution?**

*These solutions are ideal for any company, regardless of the sector, because reducing paper and cost savings are priority projects in all industries nowadays. However, if we take the critical requirement of complying with regulations and legislation, the Pharmaceutical industry needs to carry out these projects with greater stringency and urgency.*

#### **What new solutions have been added to the portfolio of products for SAP?**

*Recently, we have incorporated in the ECM for SAP Solutions suite, a solution that works with the SAP® Travel Management application and removes the need for paper receipts to process travel expense reports. It enables customers to digitalise travel expenses and send them to the system without having to send a physical copy. The aim is to help companies to significantly reduce the costs and time involved in processing the reimbursement of travel expenses and the effort required by employees. This solution is a clear example of how ECM technology fully optimises SAP solutions.*

#### **What goals has OpenText set for the SAP solutions area for 2012?**

*We have seen a strong increase in demand from companies in order to improve the way they manage all types of business content in their SAP environments. For this reason, our goal is to continue promoting co-innovation through this strategic alliance, in order to offer our mutual customers the best solutions in the area of Enterprise Content Management, closely integrated with SAP solutions. Our strategy is to make our relationship with SAP even closer.*



**Marta Gutiérrez,**  
 Directora de Operaciones de CSC en España  
*Operations Director of CSC in Spain*



**“CSC es una compañía que ha demostrado capacidad de hacer servicios end-to-end en el ámbito de tecnología SAP”**

Marta Gutiérrez es Directora de Operaciones de CSC en España. Licenciada en Informática por la Universidad Politécnica de Madrid, ha trabajado durante 17 años en el ámbito de la consultoría. Durante ese tiempo ha participado en proyectos de implantación de SAP y otras soluciones en grandes empresas multinacionales y españolas. En esta entrevista, profundiza en temas como la participación de la mujer en su empresa y la oferta que su CSC lleva al mercado en el entorno SAP.

**“CSC is a company with proven capability to deliver end-to-end services with SAP technology”**

*Marta Gutiérrez is Operations Director of CSC in Spain. A Computer Science Engineer by the Universidad Politécnica in Madrid, she has worked for more than 17 years in consulting. During those years she has collaborated in projects for the implementation of SAP and other solutions in large Spanish and international companies. In this interview, she comments on the female presence in the company she works for and on CSC offering around SAP products*



## Titulamos este número de la revista "SAP en femenino", ¿cómo es la participación de la mujer en CSC España?

Hace dos años un colaborador me comentó que le sorprendía la proporción de mujeres que trabajaba en CSC España. Francamente era una reflexión que nunca había hecho, pero actualmente el 40% del equipo de dirección de CSC somos mujeres y más del 35% de todos los empleados lo somos.

Si lo comparamos con las cifras del sector este porcentaje es muy positivo. Este hecho es el resultado de unos valores de compañía firmes en la igualdad de oportunidades de cada candidato y en los méritos profesionales de todos los que forman el equipo: hombres y mujeres.

### ¿Cuál es la relación de CSC con SAP?

SAP es el primer partner con el que CSC trabajó en España. Nuestra relación de alianza tiene ya localmente más de 20 años y más de 30 años a nivel europeo. En estos años hemos crecido, establecido alianzas con otros partners y diversificado nuestros servicios, pero nuestro centro de competencia de SAP sigue siendo actualmente uno de los principales grupos de conocimiento de la compañía y los servicios que hacemos en relación a productos de SAP una parte muy significativa de nuestro negocio.

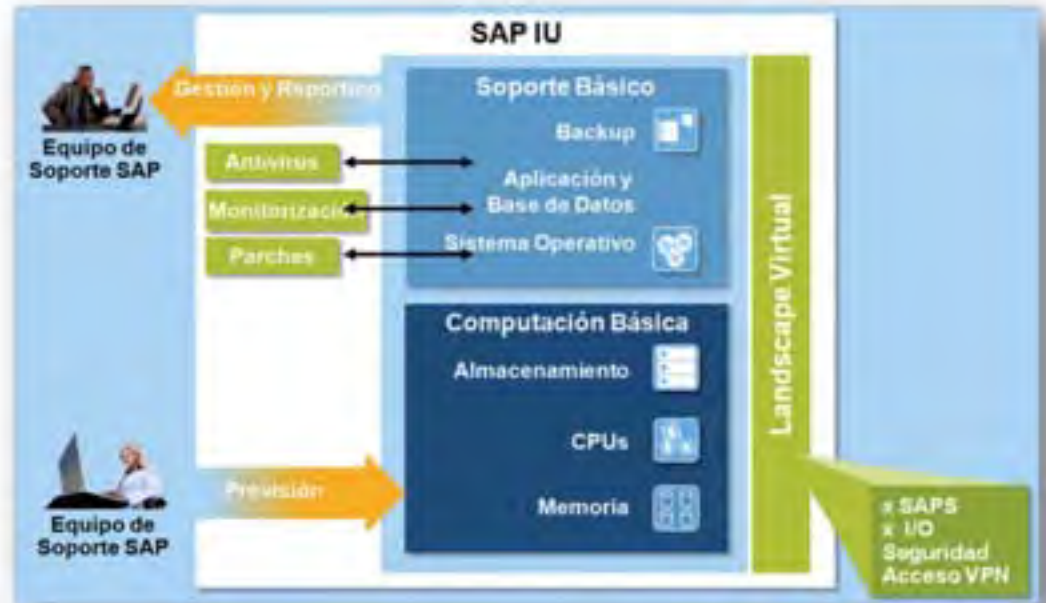
Actualmente CSC es SAP Global Services Partner, SAP Global Hosting Partner y Partner Certificado en Servicios de Mantenimiento de Aplicaciones y Servicios Cloud. Nuestro compromiso con SAP se hace especialmente patente en la inversión en el conocimiento de nuestros equipos y la incorporación a nuestro portfolio de nuevas soluciones basadas en productos de SAP.

### Habla de crecimiento. ¿Es posible mantener una tendencia de crecimiento en el momento actual?

Los resultados demuestran que es posible. El pasado ejercicio CSC tuvo en España un crecimiento orgánico de un 19%. En el ejercicio actual, además de alguna reciente adquisición, esperamos superar esta cifra. Actualmente somos unos 1.000 trabajadores en España. Pero no hay fórmulas mágicas. Este crecimiento es posible por la determinación de CSC como compañía global de crecer en España, el esfuerzo diario de cada una de esas 1.000 personas para dar un excelente servicio a nuestros clientes y la confianza que estos clientes continúan depositando en nosotros.

### Cuando menciona nuevas soluciones ¿puede comentar alguna?

Durante estos 20 años, CSC ha sido una compañía que ha demostrado capacidad de hacer servicios end-to-end en el ámbito de tecnología SAP. Hemos evolucionado nuestras capacidades a medida que SAP incrementaba su ámbito de soluciones. En este aspecto también tenemos muy presentes las prioridades, necesidades y tendencias de nuestros clientes.



Fundamentos de la Solución SAP Infrastructure Utility de CSC. / CSC Foundation for SAP Infrastructure Utility.

### The title of this number of the magazine is "SAP in Feminine", how is the role of women in CSC Spain?

Two years ago, a person from a partner remarked he was surprised by the proportion of women working in CSC Spain. Frankly, I had never before given it a thought, but currently 40% of the board of directors in CSC in Spain are women and more than 35% of all employees are.

If we compare with the figures in the industry this percentage is very positive. This fact is the result of the company values, firm on equal opportunity for each candidate, and the professional merits of all those who are part of the team: men and women.

### How is CSC relationship with SAP?

SAP is the first partner CSC worked with in Spain. Our relationship is now more than 20 years old locally and more than 30 years in Europe. During these years we have grown, established alliances with other partners and diversified our services, but our SAP competence center is still today one of the main knowledge groups in the company and the services that we deliver related to SAP products a very relevant part of our business.

Currently CSC is SAP Global Services Partner, SAP Global Hosting Partner y SAP Certified in Application Management Solutions and SAP Certified in Cloud Services. Our commitment with SAP is especially evident in our investment on the knowledge of our teams and the inclusion in our offering portfolio of new solutions based in SAP products.

### Speaking about growth, is it possible to maintain a growth trend nowadays?

Results prove it is possible. Last fiscal year CSC had in Spain an organic growth of 19%. In the current fiscal year, besides some recent acquisition, we target to improve this numbers. We are currently about 1.000 employees in Spain. But there is no magical formula. The growth is made possible by CSC determination, as a company, to grow in Spain, the daily effort of each of these 1.000 people to deliver excellent service to our customers and the maintained trust our customers honor us with.

Este año, por ejemplo, tras la certificación como Partners de Servicios Cloud hemos comenzado a ofrecer servicios de migración y administración de aplicaciones SAP sobre infraestructura en la nube (IaaS). Esta solución permite a los clientes una mayor flexibilidad en su landscape de aplicaciones, rapidez en la ejecución de cambios sin la necesidad de inversión y sin reducir los niveles de seguridad en el funcionamiento de sus sistemas.

Otras soluciones permiten a nuestros clientes mejorar el rendimiento en sus procesos y, por tanto, en su negocio. Las soluciones de movilidad, inteligencia de negocio, optimización e integración de procesos son algunos ejemplos.

**¿Cuál es la situación actual de los presupuestos tecnológicos?**

Se han reducido en los últimos años y hay un control estricto en la forma de ejecutarlos. Hoy todos analizamos cuidadosamente el retorno de inversión de cada iniciativa. Esto hace que los proyectos deban definirse de forma que se observen resultados de forma temprana y se pueda confirmar la orientación con los objetivos.

**Y ¿cuáles son las tendencias que observa en el área de Tecnologías de Información?**

Los proyectos de reducción de costes y optimización de procesos continúan, sin embargo, la optimización va más allá de la empresa. Se observan iniciativas con tecnologías para la colaboración con proveedores y clientes; la utilización de redes sociales para acelerar la innovación, la gestión de conocimiento y la interlocución con clientes y socios; soluciones de comunicación unificada...

Además, la contratación en el modelo de computación en la nube para conseguir la agilidad que el negocio requiere y minimizar la inversión.

En definitiva, agilidad, control de costes y calidad. Un reto para las direcciones de sistemas de información en el que CSC puede ayudar a hacer de la tecnología un motor para el negocio.

**You mention new solutions, can you comment some?**

*During these 20 years CSC has demonstrated capabilities to deliver end-to-end services with SAP technology. We have evolved these capabilities at the same pace SAP expanded the scope of its solutions. For this evolution we always have in mind the priorities, needs and trends of our customers.*

*For example, this year, after CSC was Certified in Cloud Services by SAP, we have launched an offering to provide migration and management of SAP applications on cloud infrastructure (IaaS). This solution benefits our customers with greater flexibility in their applications landscape and agility in the execution of changes without the need for investment and with no reduction of security levels in the operation of their systems.*

*Other solutions allow our customers to improve process performance, and thus, business performance. Mobility, business intelligence, process optimization and integration solutions are some examples.*

**Which is the current state of budgets for technology?**

*They have been reducing during the last years and there is a strict control for the execution. Nowadays everyone of us analyze carefully the return of investment for each initiative. So projects must be defined in order to obtain early results in order to confirm the alignment with objectives.*

**And, which are the trends you observe in the area of information Technology?**

*Projects aimed at cost reduction or process improvement are maintained but now optimization extends out of the Enterprise. We are observing initiatives with technologies that facilitate the collaboration with vendors and customers; the use of social networks to accelerate innovation, knowledge management and customer and partner interaction; solutions for unified communications...*

*Also, contracting services in the cloud computing model is increasing in order to get the agility the business requires while minimizing investment.*

*In summary, agility, cost control and quality. Challenges for the information systems organizations in which CSC can help make technology an accelerator for business.*



Movilidad para Servicios en Campo.  
Mobility for Field Services.



**Mariela Wainstein,**  
Directora del Área de Tecnología de REALTECH  
*Technology Coordinator at REALTECH*



## ¿SAP es femenino o masculino?

Cedemos la palabra a Mariela Wainstein, directora del área de tecnología de REALTECH, que relata en clave personal su experiencia profesional como mujer en el mundo SAP.

**H**ace ya algún que otro año comencé a trabajar en el mundo SAP, primero fue en Argentina como consultora del sistema básico y ahora, y desde hace unos años, soy la directora del área de tecnología en REALTECH.

Cuando comencé en SAP Argentina resultaba un poco raro que en el grupo de Básico éramos tan sólo dos chicas. Sin embargo, desde el principio y hasta mi puesto actual en REALTECH, he de decir con total sinceridad que no he notado nada diferente por ser mujer. Yo creo que mi carrera profesional es como la de cualquier otro hombre. Nunca he considerado que mi condición de mujer pudiese ser ni un problema ni una ventaja. Hay algu-

## Is SAP a male or female thing?

*We hand over to Mariela Wainstein, technology coordinator at REALTECH, who gives a personal account of her professional experience as a woman in the world of SAP.*

**I** started to work in the world of SAP some time ago, first in Argentina as an SAP consultant for the basis system and I've been technology coordinator in REALTECH for several years now.

When I started in SAP Argentina, it was rather strange to find that there were only two girls in the SAP Basis group. However, I must say in all sincerity that from the very start and right up to my current position in REALTECH, I haven't noticed any difference in being a woman. I believe my career path has been the same as any other man. I have never thought that being a woman could be a problem or an advantage. Some people say I'm organised and in control because I'm a woman; I think these qualities are part of my personality and are nothing

nas personas que dicen que soy muy ordenada y controladora porque soy mujer, yo creo que estas cualidades son parte de mi personalidad y que no tienen nada que ver con mi sexo. Muchas veces, sentada en la oficina, miro a mi alrededor y veo que tengo a muchos compañeros y compañeras que reúnen éstas y otras cualidades y que quizás sea por esto que tenemos un grupo eficiente y responsable a la hora de abordar los proyectos más complicados que se nos planteen.

Como directora de área en REALTECH tengo a más de cuarenta personas a mi cargo, hombres y mujeres de altísima especialización tecnológica y capacitación profesional. Yo creo que mi condición de mujer nunca ha supuesto un problema ni un beneficio para con ellos. Creo que me he ganado mi posición y mi reputación profesional a pulso, trabajando mucho, no, más aun. La gestión de perfiles profesionales tan especializados y tan, déjenme decirlo, inteligentes, es siempre complicada. Pero tengo que decir que las personas de REALTECH, y en particular las de mi equipo, siempre han tenido y tienen un trato normal conmigo independientemente de su género.

Siempre he sido muy rigurosa con la calidad de los servicios que ofrecemos en REALTECH. También con la puntualidad y la seriedad con la cual se ejecutan todos los proyectos. Creo que esto es fundamental para ejecutar a plena satisfacción de nuestros clientes las labores de consultoría tecnológica SAP. Quizá esto es lo que vieron mis jefes en mí para ponerme donde hoy estoy, no lo sé. Nada que ver con mi condición de mujer. Hacer un upgrade de un sistema SAP crítico para una empresa, o cambiar la base de datos y el sistema operativo en un tiempo récord, o implementar algún escenario de SAP Solution Manager para administrar desde simples hasta enormes entornos de sistemas SAP, son tareas de altísima criticidad que requieren personal muy cualificado, certificado y, por supuesto, bien dirigido (ya sea por una mujer o por un hombre).

Lo cierto es que el trabajo que hago y la posición que ocupo me gustan mucho. Creo que hago mi trabajo con pasión, con la

*to do with my gender. Often, when I sit in the office and look around me, I see that I have many colleagues, both male and female, who possess the same and other qualities. Perhaps for this reason, we have an efficient, responsible team that can take on the even most complex projects.*

*As technology coordinator in REALTECH, I am responsible for more than forty people, men and women with an extremely high level of technology specialisation and professional training. I believe that me being a woman has never posed a problem or an advantage for them. I think I have earned my position and my professional reputation by working hard, very hard. Managing very specialised, it must be said, 'intelligent' profiles is always complicated. However, the people at REALTECH and, in particular, those in my team have always treated me normally, both men and women.*

*I have always been very strict with the quality of service that we offer at REALTECH, as well as with the punctuality and seriousness with which we carry out all our projects. I believe that this aspect is essential in successfully completing SAP technology consulting. Maybe this is what my superiors saw in me, which has allowed me to be where I am today. I don't know, but I'm sure it has nothing to do with me being a woman. Upgrading a critical SAP system for a company or changing the database and the operating system in record time or implementing some SAP Solution Manager scenario to manage simple to huge SAP system environments are highly critical tasks that require highly trained, certified staff that are well managed (be it by a woman or a man).*

*The truth is that I love the job I do and the position I hold. I work passionately, taking my job seriously and at the same time, I'm lucky to enjoy doing it. Discovering each company, each new person, each business process is exciting. Providing value and experience gives me a thrill that I try to transmit to my whole team. Let me say that working with the top SAP technology team in Spain also fulfils me as a woman and person. I know that it may seem a little vain, but the truth is that I work with incredible people who perform really complex tasks for our customers, giving up their nights and weekends along the way, always with top quality and humour, both men and women.*







seriedad que requiere y, a la vez, tengo la suerte de pasármelo bien. Conocer cada empresa, cada persona, cada proceso de negocio, es apasionante. Poder aportar valor y experiencia me produce una buena sensación que intento transmitir a todo mi equipo. Permítanme decir que trabajar con el equipo más puntero en tecnología SAP de España también me llena mucho como mujer y como persona. Sé que quizá suena un poco vanidoso, pero lo cierto es que trabajo con profesionales increíbles que hacen por nuestros clientes cosas realmente complicadas, dejándose noches y fines de semana por el camino, siempre con altísima calidad y con buen humor, hombres y mujeres.

Intento cumplir con la “ley de paridad” en mi equipo y, a pesar de que es complicado encontrar mujeres que se dediquen a la tecnología y mucho más difícil es que se dediquen a la tecnología SAP, he de decir con orgullo que lo consigo. El 40% del equipo que hoy dirijo está compuesto por mujeres. Por suerte, no noto ninguna diferencia entre unos y otras, unas y otros. En REALTECH hacemos un proceso de selección muy selectivo (valga la redundancia), y de verdad no hay diferencia en los resultados dependiendo de su sexo. A veces encontramos hombres excepcionales y otras veces mujeres capaces de hacer las cosas más complejas que SAP pueda idear.

No muy a menudo encuentro mujeres como directoras de sistemas y en puestos de responsabilidad entre los clientes con los que trabajamos. Supongo que a ustedes les cuesta tanto como a nosotros encontrar mujeres que se dediquen a la tecnología, pero poco a poco esto va cambiando. Sí puedo hablar de mi experiencia personal, y como ya he comentado, para mí no hay casi diferencias a la hora de dar resultados profesionales. ¿Funciona el cerebro de la mujer de forma diferente que el del hombre? Sí, seguro, pero cada uno de ellos tendrá sus cosas buenas y sus cosas no tan buenas a la hora de ponerse a hacer una segregación de sistemas SAP, o por ejemplo la implantación técnica del SAP TDMS.

Lo que sí les puedo garantizar es que las mujeres y los hombres que trabajamos en REALTECH hacemos todo lo posible para seguir trabajando con honradez, rigurosidad y seriedad para poder dar la alta calidad que nuestros clientes nos exigen.

**“Siempre he sido muy rigurosa con la calidad de los servicios que ofrecemos en REALTECH”**

**“I have always been very strict with the quality of service that we offer at REALTECH”**

*I try to comply with the “Equality Law” in my team, and although it is difficult to find women that work in technology, and more specifically, those working in SAP technology, I’m proud to say that I have achieved it. 40% of the team that I lead is made up of women. Luckily, I do not notice any difference between them. At REALTECH, we carry out an extremely selective recruitment process and when it comes down to it, there is no difference in the results. At times, we find exceptional men; other times we find women capable of performing the most complex tasks that could be imagined in SAP.*

*Occasionally I find women who are system managers and in positions of responsibility in the clients with whom we work. I guess they find it as hard as us to find women who work in technology, but this is slowly changing. I can speak from personal experience and as I have mentioned, there is no difference in terms of professional results. Do women’s brains work differently than men’s? Yes, without a doubt. However, each of them has their pluses and minuses when performing a segregation of SAP systems or implementing SAP TDMS.*

*What I can assure you is that the women and men working at REALTECH, we do everything in our power to perform our jobs with honesty, rigour and seriousness, to give the high quality that our customers come expect.*

# HACEMOS COSAS SORPRENDENTES

CSC

BUSINESS SOLUTIONS  
TECHNOLOGY  
OUTSOURCING

Hemos ayudado a una empresa de distribución a gestionar el cambio e implementar nuevos procesos que le permitieron **reducir en un 50% el espacio de almacenamiento y aumentar la expedición en un 33%**.

Hemos colaborado una empresa de la industria alimentaria para conseguir la **integración total de su cadena logística y su control de gestión**.

En CSC tenemos más de 20 años de experiencia en la realización de proyectos SAP y una alta satisfacción de cliente en la consecución de resultados a tiempo y en presupuesto.

Somos SAP Global Partner y somos reconocidos como uno de los implantadores de SAP líderes en todo el mundo. [WWW.CSC.COM/ES](http://WWW.CSC.COM/ES)



**Ángeles Delgado,**  
Directora General de Fujitsu en España

**Ángeles Delgado,**  
Managing Director, Fujitsu Spain

## “Las tecnologías tienen que ser un habilitador de crecimiento y ésta es la base de nuestra estrategia”

Nos reunimos con Ángeles Delgado, la primera ejecutiva de Fujitsu en España desde el pasado 1 de abril. Con una trayectoria de 26 años en el sector tecnológico y un profundo conocimiento de la compañía, su reto “es que todas las capacidades de Fujitsu sean bien conocidas por los clientes profesionales de cualquier tamaño y sector del mercado español”. La directiva repasa para la revista AUSAPE los ejes de la estrategia de Fujitsu para remodelar las TI, de forma que aporte un valor real al cliente.

### **Desde su experiencia profesional, ¿cuáles son las grandes fortalezas de Fujitsu?**

Fujitsu es un gran líder global de tecnología, que factura 55 mil millones de dólares y opera en el mercado desde hace más de 75 años. Hoy por hoy, puede ofrecer a sus clientes, desde pequeñas y medianas empresas a la gran cuenta, la gama de tecnologías más amplia e innovadora, a través de un porfolio de productos y servicios de extremo a extremo. Trabajamos con el 70% de las compañías de la lista Fortune 500 y, además, lo podemos hacer en cualquiera de los entornos de sus negocios donde se requieran tecnologías. La combinación de su carácter global con la fuerte presencia local y una actitud muy arraigada de escucha hacia los clientes, la hacen única.

### **¿Cuáles son los pilares estratégicos de la compañía?**

Hemos trazado una estrategia a largo plazo, Reshaping IT (Remodelando las Tecnologías de la Información, en español). Hemos trabajado con nuestros clientes ayudándoles a reducir costes y a ser más eficientes con las TI, pero ya no es suficiente. Los clientes quieren que las tecnologías aporten ventajas competitivas y valor al

## “Technologies must enable growth and this is the basis of our strategy”

*We interviewed Ángeles Delgado, the first female managing director of Fujitsu Spain who was appointed on 1 April 2011. With 26 years' experience in the technology sector and an extensive knowledge of the company, her challenge is to ensure “that all Fujitsu's capabilities are recognised by customers of all sizes and sectors in the Spanish market”. The managing director discussed with AUSAPE the pillars of Fujitsu's strategy to reshape IT so that it provides customers with real value.*

### ***In your experience, what are Fujitsu's strengths?***

*Fujitsu is a global technology leader with an annual revenue of 55 billion dollars that has been operating in the market for more than 75 years. As it stands today, Fujitsu offers customers ranging from small and medium-sized enterprises to major accounts a wide and innovative range of technologies through a portfolio of end-to-end products and services. We work with 70% of the companies on the Fortune 500 list and furthermore, we can operate in any business environment that requires technology. Fujitsu's combination of a global nature with a strong local presence and a customer-focused approach makes it unique.*

### ***What are the strategic pillars of the company?***

*We have outlined a long-term strategy: Reshaping IT. We have worked with our customers to help them to reduce costs and become more efficient with their IT systems, but for us that is not enough. Customers want technologies that provide competitive advantages and added value for the business. Technologies must enable growth; that is the basis of our Reshaping IT strategy: reshaping information technologies, making them more flexible. Fujitsu proposes a flexible IT architecture, which is massively automated and virtualised, and a flexible approach to sourcing that infrastructure, which is in sync with the customer's pace of activity. There is no one better than Fujitsu to help customers make this change because it has extensive experience in technology and service provision, with an end-to-end portfolio designed to cover all requirements.*



negocio. Tienen que ser un habilitador de crecimiento y ésta es la formulación estratégica de Reshaping IT: remodelar las Tecnologías de la Información haciéndolas más flexibles. Fujitsu propone una arquitectura flexible masivamente automatizada, masivamente virtualizada y una forma de provisión de esa infraestructura también flexible, acompañada con el ritmo de la actividad del cliente. Fujitsu está en la mejor posición que nadie para ayudar a los clientes a realizar este cambio porque dispone de una larga experiencia en tecnología y en el mundo de los servicios, con un porfolio end-to-end pensado para cubrir todas las necesidades.

**¿Cuáles son sus expectativas de crecimiento para su actual ejercicio, marcado por un contexto económico adverso?**

A principios del año fiscal, que comienza en abril, nos marcamos como objetivo de crecer en torno al 10 por ciento. Hoy por hoy,

***What are your expectations for growth for this year, a year marked by an adverse economic climate?***

*At the start of the financial year, starting in April, we set ourselves a growth target of around 10 per cent. As it stands, we are satisfied with how business is progressing during the year and we realistically believe that figure can be achieved.*

***What importance does the service area hold in the Spanish market?***

*It is very important within our strategy, as we could not provide flexible IT infrastructures if we didn't have extensive experience with delivering services to our customers. Apart from that, it represents around 65% of our revenue in Spain. Out of the 1,800 people employed by Fujitsu in Spain, 1,500 are directly related with service provisioning. Currently we respond to more than 675,000 incidents per year in more*



estamos satisfechos con la marcha del negocio durante el año y previsiblemente se puede alcanzar.

### ¿Qué peso específico tiene el área de servicios en el mercado español?

Es muy importante dentro de nuestra estrategia, ya que no podríamos hacer las TI flexibles si no tuviéramos una larga experiencia en entregar servicios a nuestros clientes y, además, representa alrededor del 65% de nuestra facturación en España. De las 1.800 personas que componen la plantilla española, 1.500 están directamente relacionadas con la prestación de servicios. Actualmente atendemos más de 675.000 incidentes al año en más de 52 puntos de servicios en España. Tenemos dos centros de gestión remota, Madrid y Sevilla, que están integrados con nuestra red de más de 80 centros globales, desde los que gestionamos 8.000 servidores de nuestros clientes, más de 4 Pbytes y miles de dispositivos de comunicación. Disponemos también de dos data centers, situados en Madrid y Barcelona, además de centros de excelencia para las áreas de Justicia, Banca y Sanidad.

A nivel global, Gartner corrobora también esta fortaleza al situarnos en el cuadrante mágico como líderes tanto en las áreas de gestión de puesto de trabajo como en la de helpdesk.

### En el contexto europeo, ¿España es un país clave para Fujitsu?

Trabajamos con más de 1.000 clientes y España no sólo es un país de crecimiento sino de inversión para la compañía. En los últimos meses, estamos poniendo en funcionamiento un data center y en el mes de febrero tuve la ocasión de inaugurar el centro de gestión remota de Sevilla. La última inversión de la compañía en nuestro país es la apertura de un centro de televentas, que operará para toda la región de EMEA y que supondrá la creación de 130 puestos de trabajo en Barcelona.

### ¿Podemos decir que lo peor de la crisis ha pasado?

La situación es diferente en función del tamaño de la empresa y los sectores de los que hablemos. Lo que está claro es que se saldrá antes de la crisis invirtiendo en tecnología. En Fujitsu estamos firmemente convencidos de que la flexibilización de las tecnologías, remodelar las tecnologías de la información va a ayudar a aportar ventajas competitivas al negocio y a hacer crecer a las organizaciones. Es el momento de empezar a aportar valor al negocio con las tecnologías, y de que los negocios crezcan. Sin duda, las organiza-



*than 52 service points in Spain. We have two remote management centres, in Madrid and Seville, which are fully integrated with the rest of our network of 80 global centres. From these management centres, we manage 8,000 servers for our customers, more than 4 Pbytes and thousands of communication devices. We also have two data centres, located in Madrid and Barcelona, as well as centres for excellence in the areas of Law, Banking and Healthcare.*

*On a global level, Gartner also corroborates Fujitsu's strength by placing us in the Magic Quadrant as leaders, both in desktop and helpdesk management.*

### **Within the European context, does Fujitsu consider Spain a key country?**

*We have more than 1,000 customers and Spain is not just a country for company growth but also for investment. Over the past few months, we have been rolling out a data centre, and in February, we official opened the remote management centre in Seville. The most recent investment made by the company in Spain was to open a telesales centre, which will serve the entire EMEA region and will create 130 jobs in Barcelona.*

### **Can we say that the worst of the economic crisis over?**

*The situation changes depending on the size of the company and the sector to which we refer. It is evident, though, that companies can emerge from the crisis quicker by investing in technology. At Fujitsu, we are convinced that making technologies flexible, reshaping information technologies will help to give businesses competitive advantages and make their organisations grow. Now is the time to start bringing value*

## Fujitsu y SAP, una relación con historia

Ángeles Delgado califica la relación de Fujitsu y SAP de “histórica”. No en vano, su alianza estratégica se remonta a hace 38 años y la firma nipona cuenta las máximas certificaciones a nivel global en el entorno SAP. Además, es la única compañía de TI que ha diseñado infraestructuras específicas para aplicaciones SAP. “SAP es un área de crecimiento para nosotros. Creemos que podemos trabajar conjuntamente con SAP aportando soluciones a necesidades que vemos en el mercado en los entornos de la movilidad o business intelligence y en nuevas formas de proveer los servicios SAP”, asegura. Un ejemplo de ello es el contrato de servicios firmado recientemente a nivel europeo con Campofrío, en virtud del cual Fujitsu entrega a la organización un sistema SAP de forma flexible bajo la modalidad de pago por uso. De esta forma, la empresa, que vive un proceso de expansión, puede integrar de forma rápida las empresas que ha adquirido y tiene unos costes de integración predecibles, acompasando sus gastos de TI al ritmo de su negocio. En España, la firma cuenta también con otros clientes como Blanco o Bodegas Torres.

Fujitsu tiene un plan de desarrollo de la solución HANA (High Performance Analytic Appliance), que incluye la inauguración el pasado 22 de septiembre de un Centro de Demostración SAP mundial para soluciones HANA y business intelligence, alojado en el Centro de Competencia SAP que tiene en Alemania, donde hay más de 17.000 servidores y desde donde se gestionan más de 200.000 usuarios correspondientes a más de 1.000 clientes.

A lo largo de este ejercicio fiscal, la subsidiaria española prevé que también se inaugure el primer centro local de demostración de HANA, que “es una de opciones de crecimiento que tenemos en torno a la línea de negocio SAP”.

ciones que sepan remodelar sus tecnologías entrarán antes en una senda de crecimiento del negocio.

### Por último, ¿qué impronta le gustaría dejar durante su etapa de dirección en la compañía?

Para mí lo más importante son nuestros clientes. Me gustaría que fuéramos capaces de transmitir al mercado español la enorme capacidad que Fujitsu tiene de ayudar a sus clientes a que las Tecnologías de la Información aporten lo que sus negocios están demandando. En definitiva, que todas las capacidades de Fujitsu fuesen bien conocidas por los clientes profesionales de cualquier tamaño y sector del mercado español.

Quiero que en Fujitsu vean un socio de valor para conseguirlo. Una organización, un equipo humano con talento y comprometido con el éxito del cliente.

## Fujitsu and SAP, a long-term relationship

Ángeles Delgado qualifies the relationship between Fujitsu and SAP as a “long-term” one. Their strategic alliance goes back 38 years and the Japanese firm has the highest certifications on a global level in the SAP environment. Furthermore, it is the only IT company to have designed specific infrastructures for SAP applications.

“SAP is an area of growth for us. We believe we can work with SAP, providing solutions for the needs we identify in the market in terms of mobile environments or business intelligence and in new ways of providing SAP services”, she maintains. An example of this is the Europe-wide service agreement recently signed with Campofrío, by which Fujitsu delivered a flexible SAP system under a usage-based delivery model. This way, the company undergoing expansion could quickly integrate the companies that it had acquired and obtain predictable costs, ensuring that its IT expenses were in keeping with the pace of growth of its business. In Spain, the organisation also has other customers such as Blanco and Bodegas Torres.

Fujitsu has designed a development plan for the HANA (High Performance Analytic Appliance) solution, which includes a global SAP Demo Centre for HANA and Business Intelligence solutions (opened on 22 September), hosted in the SAP Competence Centre in Germany, where there are more than 17,000 servers and from where more than 200,000 users of more than 1,000 customers are managed.

During this financial year, the Spanish subsidiary plans to open the first local SAP HANA Demo Centre, which “is one of the options for growth that we have established for the SAP business line”.

to businesses with technologies and to make businesses grow. Without a doubt, organisations that know how to reshape their technologies will start down a path of business growth sooner.

### Finally, what legacy would you like to leave behind during your time as managing director of the company?

For me, our customers are the most important. I would like us to be able to convey to the Spanish market the major capability that Fujitsu has in helping its customers so that their information technologies give them what their business requires. In short, that all Fujitsu’s capabilities are recognised by customers of all sizes and sectors in the Spanish market.

I want them to see Fujitsu as a value-added partner in achieving this. An organisation, a talented team that is committed to the customer’s success.



**Prado del Moral,**  
Gerente de SAP & Enterprise Solutions en everis  
*SAP & Enterprise Solutions manager at everis*



**“En SAP, al igual que en otras muchas áreas, y sobre todo en Tecnologías de la Información, o estás al día, o estás muerto”**

Con 20 años de experiencia en el sector de las TI, esta ejecutiva especializada en SAP, y más concretamente en Recursos Humanos, ha desarrollado su carrera profesional en dos grandes consultoras: Capgemini, donde comenzó en 1991 con una beca de verano y al poco tiempo pasó a formar parte de importantes proyectos relacionados con el fabricante alemán y everis, donde desde el año 2000 lleva poniendo al servicio de la compañía todo su know-how en SAP, hasta convertirse en la máxima responsable de esta unidad de negocio en el ámbito de los Recursos Humanos de la oficina de Madrid. Con ella hablamos del pasado, el presente y el futuro, no sólo de su área de actividad, sino también de everis.

**Para comenzar, ¿cómo definiría everis y su estrategia de negocio?**

everis es una compañía con 15 años de historia –los cumplimos ahora–, y en este tiempo ha sabido situarse en los primeros puestos del ranking de empresas de consultoría en España, y está haciendo lo propio a nivel mundial.

**“In SAP, like in many other areas, especially in information technology, or you stay up-to-date or you’re dead”**

*With 20 years’ experience in the IT industry, this executive specialising in SAP, specifically in Human Resources, has spent her professional career at two major consultancy firms: Capgemini, where she started in 1991 with a summer internship and soon became part of major projects involving the German manufacturer; and everis, where she has been providing all her SAP know-how since 2000, until she was appointed head of this business unit in the Human Resources field. We have talked to her about the past, present and future, not only in her field of activity, but also about everis.*

**To start with, how would you define everis and its business strategy?**

*everis has been on the market for barely 15 years (our anniversary is coming up now). Over this time has managed to rise up to the top of Spain’s consulting firm ranking and is doing the same worldwide.*

*Our strategy is underpinned by a four-year business plan, the 2010–2013 Strategic Plan, where we see there are great opportunities and where the basic lines are: leadership, consolidating our business in the fields where we are working now, not to be one of the industry’s top companies but instead to be the top company; diversification into high-potential sectors, opening new lines of business and*

Nuestra estrategia se establece en torno a un plan de negocio a cuatro años, el Plan Estratégico 2010-2013, donde vemos que hay grandes oportunidades y donde las líneas básicas son: el liderazgo, es decir, consolidarnos en aquellos ámbitos de negocio donde estamos trabajando actualmente, para no ser de las primeras, sino la primera compañía del sector; la diversificación hacia sectores de alto potencial, abriendo nuevas líneas de negocio y adaptándonos a los tiempos; y la apertura de nuevas áreas geográficas, como las que llevamos a cabo el año pasado en Londres, Bruselas y Washington, o Boston, actualmente en curso.

#### ¿Cuál es el valor diferencial de everis en el mercado?

Desde el inicio, nuestro crecimiento ha sido orgánico, es decir, no se han comprado empresas sino que se ha ido contratando persona a persona. Esto te permite transmitir más fácilmente tu cultura y tus valores.

Nuestro principal activo son las personas, y pretendemos cuidarlas al máximo, ofreciéndoles formación y animándoles a tener iniciativa, a ser creativos e innovadores. Además, todos somos propietarios de la compañía, que es otro valor añadido. El carácter de everis radica, por tanto, en el talento, el espíritu emprendedor y el orgullo de pertenencia.

#### ¿Desde cuándo trabaja everis con SAP? ¿Qué beneficios le otorga el fabricante?

La relación con SAP se fraguó poco después de nuestra creación y, desde entonces, nos aporta muchísimo, ya que la mayor parte de las compañías tienen SAP y esto nos abre las puertas a trabajar con ellas en prácticamente todas las áreas.

#### ¿Y qué aporta everis sobre la oferta de SAP?

En SAP, al igual que en otras muchas áreas, y sobre todo en Tecnologías de la Información, o estás al día, o estás muerto. Por tanto, seguimos muy de cerca la estrategia y el roadmap que el fabricante tiene para sus distintas soluciones.

Si quieres estar entre los mejores, tienes que invertir. Y nosotros invertimos en formación e innovación. Por ejemplo, tenemos un laboratorio donde instalamos, estudiamos y probamos



*adapting to the times; and opening up new geographic areas, such as those we opened up last year in London, Brussels, Washington and Boston.*

#### *What is everis' differential value on the market?*

*From the very start, virtually 100% of our growth has been organic; in other words, rather than buy companies, we have hired people one by one. This makes it easier for you to convey your culture and your values. Our core asset is people, and we intend to look after them as best as we can, offering them training, encouraging them to take the initiative, being creative and innovative. In addition, we are all owners of the company, which is another added value. That's why everis' character lies in talent, entrepreneurial spirit and pride of ownership.*

#### *How long has everis been working with SAP? What benefits does the manufacturer offer?*

*The relationship with SAP was forged shortly after we were set up and, since then, they have given us a lot, because most companies have SAP and this opens the door to working with them in virtually all fields.*



## Diversificación y negocios emergentes

Con el fin de dar el máximo servicio a sus clientes e invertir con ellos, everis explora permanentemente áreas de futuro y promueve acciones para llevarlas a cabo y convertirlas en negocios rentables. Entre ellas, destacan los lanzamientos de:

**exeleria:** especializada en el diseño, implantación y gestión de soluciones integrales y tecnológicas en el campo de la eficiencia energética, así como en la preservación del medio ambiente y la sostenibilidad.

**Fitalent:** un fondo de inversión con foco en compañías de base tecnológica, cuyo principal activo son las personas y el talento.

**Konoss:** centrada en la provisión, despliegue y mantenimiento de TI, y configurándose como uno de los pilares de la oferta de everis hacia la mediana empresa.

**everis** también opera tanto en el sector aeroespacial y de defensa como en el de la movilidad.

## Diversification and emerging businesses

*In order to give the best possible service to its customers and invest with them, everis is always exploring areas with future and promoting actions to carry them out and turn them into profitable businesses. These projects include the launch of:*

**exeleria:** specialising in the design, implementation and management of integrated technological solutions in the energy-efficiency field, as well as in environmental conservation and sustainability.

**Fitalent:** an investment fund focused on technology-based companies, whose main asset is people and talent.

**Konoss:** oriented towards IT provision, rollout and maintenance and one of the linchpins in everis' offering for medium-sized enterprises.

**everis** also operates both in the aerospace and defense industries and in mobility field.

todas las aplicaciones que lanza SAP, para empezar a difundir la formación que hemos adquirido tanto en sus instalaciones como en las nuestras y hacer demos y proyectos piloto. También tenemos importantes referencias, así como excelentes profesionales de cualquier ámbito y línea de conocimiento.

### En el actual contexto económico, ¿qué demandan los clientes, y más concretamente los que se mueven en el entorno SAP?

Ahora más que nunca, los clientes demandan la mejora del retorno de la inversión, incrementar la rentabilidad, reducir los costes y mejorar la eficiencia de los procesos y tareas de gestión. Llevando esto al ámbito de SAP, lo que se buscan son aplicaciones que posibiliten el acceso a la información en cualquier momento y desde cualquier lugar desde dispositivos móviles al alcance de cualquier profesional, y con una interfaz intuitiva y de fácil manejo.

### Por último, ¿cuáles son sus perspectivas de negocio para 2012?

Si en estos tiempos de crisis absoluta hemos podido crecer un 22% tanto en plantilla como en facturación, alcanzando los 506 millones de euros y llegando a ser 9.300 en plantilla, este año las perspectivas son iguales e incluso mejores. En cualquier caso, los objetivos de nuestro Plan 2010-2013 pasan por seguir creciendo a un ritmo medio en torno al 20% anual como venimos haciendo desde hace años, tanto en facturación como en número de profesionales.

También intentaremos estar al día en las oportunidades que nos brinde SAP, siguiendo de cerca el roadmap de sus soluciones, formándonos y desarrollando en nuestro laboratorio todas aquellas aplicaciones que pensamos pueden ser el futuro, y apostando por la gente, el talento, la experiencia, la innovación y la actitud positiva.

### And what does everis bring to SAP's offering?

*In SAP, like in many other areas, especially in information technology, or you stay up-to-date or you're dead. Therefore, we are following the manufacturer's strategy and roadmap for its different solutions very closely.*

*If you want rank among the best, you have to invest. We invest in training and innovation. For example, we have a laboratory where we install, study and test all the applications that SAP launches, to start spreading the training that we have acquired at both their and our own premises and to perform demos and pilot projects. We also have major references as well as excellent professionals in any field and line of knowledge.*

### In the current economic context, what are customers asking for, particularly those who move in the SAP environment?

*Now more than ever, customers are demanding an improved return on investment, to boost profitability, cut costs and improve the efficiency of management tasks and processes. Translating this into the SAP field, what they are looking for are applications that allow them to access information anytime and anywhere from mobile devices that are within any professional's reach, and with an intuitive, user-friendly interface.*

### Finally, what are your business prospects for 2012?

*In these times of absolute crisis, if we have managed to grow by 22% in both staff and revenue terms, reporting 506 million euros and a headcount of 9,300, this year the prospects are equal or even better. In any case, the goals of our 2010–2013 Plan entail keeping on growing at an average rate of around 20% a year, as we have been doing for years, both in turnover and number of professionals.*

*We will also strive to keep abreast of the opportunities that SAP provides, closely following the roadmap of their solutions, training and developing in our lab any applications that we think may hold the key to the future, and investing in people, talent, experience, innovation and positive attitude.*

# Tenemos la clave para gestionar globalmente en SAP tu Capital Humano

Con dilatada experiencia en implantación de proyectos de Recursos Humanos (SAP HR, EHS, B0, Mobility, e-learning), colaborando con grandes empresas nacionales e internacionales y caminado junto a nuestros clientes en el crecimiento de sus compañías.



**dtm enterprise**  
we know HR, we know SAP

BARCELONA: Valencia, 231. 3ª planta - 08007 Barcelona  
MADRID: General Ramirez de Madrid, 11 4º - 28020 Madrid  
Telf.: +34 93 215 42 77

[www.dtm-enterprise.com](http://www.dtm-enterprise.com)



# AUSAPE pone en funcionamiento su nuevo portal web

**C**oincidiendo con la celebración del SAPPHIRE NOW, SAP TechEd y la décimoquinta edición del Info Fórum Internacional Customer Center of Expertise (CoE) y F2F de SUGEN, entre los días 7 y 10 de noviembre en Madrid, se pone en marcha la primera fase del nuevo portal web de AUSAPE desarrollado por CIBER.

El portal trata de cubrir las necesidades administrativas de AUSAPE y sobre todo la prestación de servicios a todos los asociados que, por razones de tiempo o distancia, no pueden participar de los eventos presenciales habituales, pero también pretende ofrecer a los partners un escaparate desde donde poder mostrar a todos los asociados, vía webinar o presentaciones de vídeo, sus mejores prácticas y soluciones en el entorno SAP. El portal persigue como meta la creación de un espacio participación y colaboración entre SAP y todos los usuarios de nuestros asociados.

En este mes de noviembre va a estar disponible la zona pública al tiempo que se realiza el trasvase de usuarios desde la web anterior, entrando la primera fase en funcionamiento completo en diciembre. En el primer trimestre de 2012 se completarán los servicios Web 2.0

# AUSAPE is launching its new Web Portal

**A**t the same time with the celebration of SAPPHIRE NOW, SAP TechEd, 15th International Customer CoE Info Forum and SUGEN F2F, November the 7th to 10th in Madrid, starts the first phase of the AUSAPE's new web developed by CIBER.

The portal aims to cover the administrative needs of AUSAPE and especially, the provision of services to all members what can't participate in regular meetings, for reasons of time or distance, but also wants to provide to SAP partners a window where they are able to show webinar or video presentations, their best practices and solutions in the SAP environment. The portal seeks as its goal the creation of a space for participation and collaboration among SAP and all our member users.

In November will be available the public area of the web while we transfer the users and contents from the old web. In the first quarter of 2012 were completed the second phase with the Web 2.0 services.



## Sólo los clientes asociados en las asociaciones de SUGEN, donde está AUSAPE, pueden participar en el Programa de SAP “Customer Connection”

Desde mediados de este año 2011, SAP ha lanzado un programa, denominado “Customer Connection”, para todos sus clientes que estén asociados en alguna de las asociaciones de usuarios englobadas en SUGEN-SAP User Group Executive Network (AUSAPE-España y otras 14 más, entre las que están DSAG-Alemania, Austria y Suiza, ASUG-Estados Unidos, USF-Francia y SAUG-Australia). Este programa permitirá SÓLO a estos clientes asociados decidir, junto con SAP, sobre qué áreas funcionales/industrias/líneas de negocio se van a focalizar (“focus topics”) para recoger y desarrollar mejoras en las mismas durante los próximos meses.

Para ello, una vez seleccionados los “focus topics”, cada grupo de trabajo y/o asociación, será quien lidere el desarrollo de las mejoras solicitadas. Hasta el momento, se han seleccionado los siguientes temas:

### 1- LoB Solutions (soluciones de línea de negocio):

- Q3.2011: Workflow, Enterprise Portal, Financial External, Real Estate, EPM, PM/EAM cycle 2.
- Q4.2011: EH&S.
- Q1. 2012: Quality Management.

### 2- Industrias:

- Q3. 2011: Public services, Utilities.
- Q4. 2011: Retail.
- Q1. 2012: Chemicals focusing on Quality Management.

En evaluación están los siguientes temas: Auto-ID (Serialization), Mill Products and Mining, Healthcare Cycle 2, Supply Network Collaboration, Retail-GDS, Tax&Revenue Management, Advance Planner & Optimization (APO).

Hasta la fecha, se han solicitado 745 peticiones de mejora, de las que se han rechazado 153, mientras que el resto están en desarrollo o en planificación. Cualquier cliente de SAP puede visualizar estas peticiones a través de la búsqueda de SAP Notes en OSS, con la palabra clave “custconn\*”.

Desde AUSAPE animamos a todos nuestros asociados de pleno derecho a participar en esta gran iniciativa de SAP, pues es un canal único a través del cual se pueden conseguir las mejoras que estaban esperando en un plazo razonable.

## Only customers members of SUGEN associations, where AUSAPE is membership, can participate in the “Customer Connection” SAP Program

Since mid-2011, SAP has launched a Program called “Customer Connection” for all clients that are associated in some users’ associations encompassed by SUGEN-SAP User Group Executive Network (AUSAPE-Spain and 14 more, among which are DSAG- Germany, Austria and Switzerland, ASUG-USA, USF-France and SAUG-Australia). This program will allow only those customers together with SAP decide what functional areas / industries / business of lines are going to focus (“focus topics”) to collect and develop improvements in the coming months.

To do this, once selected the “focus topics”, each working group and / or association, who will lead the development of the improvements requested. So far, we have selected the following topics:

### 1- Solutions LoB (Line of Business solutions):

- Q3.2011: Workflow, Enterprise Portal, External Financial, Real Estate, EPM, PM / EAM cycle 2
- Q4.2011: EH & S
- Q1. 2012: Quality Management

### 2- Industries:

- Q3. 2011: Public services, Utilities
- Q4. 2011: Retail
- Q1. 2012: Chemicals focusing on Quality Management

In evaluation are the following topics: Auto-ID (Serialization), Mill Products and Mining, Healthcare Cycle 2, Supply Network Collaboration, Retail-GDS, Tax & Revenue Management, Advance Planner & Optimization (APO)

To date, 745 requests have been requested for improvement, of which 153 were rejected, and the remainder in development or planning. Any SAP customer can view these requests through the pursuit of SAP OSS Notes, with the keyword “custconn \*\*”.

From AUSAPE encourage all of our full associates to participate in this great initiative of SAP, as a single channel for you through which you can get the improvements you have been waiting in a reasonable time.



**Adriana Sola,**  
Directora General de Altim España  
*Managing Director, Altim Spain*



## “Estamos especializados en interpretar y entender las necesidades de los clientes y traducirlas al mundo tecnológico”

La directora general de Altim España combina una amplia experiencia en el área de administración y gestión de empresas con su veteranía en el ámbito de la consultoría donde ha pasado por diferentes posiciones como consultora, jefa de proyecto o responsable comercial. Fundadora de Altim en 2001, esta emprendedora sortea los vaivenes de la crisis con trabajo y visión empresarial.

**A**driana Sola dio sus primeros pasos profesionales en la empresa de consultoría propiedad de su familia, Sola y Asociados, donde se responsabilizaba del área de gestión y administración de las diferentes empresas que conformaban el grupo para, tras ocho años en este trabajo, dar el salto al área de consultoría. “Comencé una carrera tradicional, avanzando en función de la experiencia y responsabilidad, desde el puesto de consultora, jefe de proyecto, gestor de cuenta y, por último, comercial”, explica.

Adriana Sola decide en 2001, junto a otros socios, poner en marcha una nueva iniciativa empresarial que se plasma en la creación de Altim, donde ha ejercido como directora comercial y ahora directora general de la empresa en España. De aquella etapa, recuerda que “éramos seis personas que, como sucede con todas las compañías que comienzan, hacíamos de todo: consultoría, ventas, marketing, administración... Fueron unos años muy intensos y emocionantes”.

## “We specialise in interpreting and understanding our customers needs, translating those requirements into the technology world’s language”

*The managing director of Altim Spain combines her extensive experience in the area of business administration and management with her expertise in consultancy, where she has worked in different positions as consultant, project manager and sales manager. Founding Altim in 2001, this entrepreneur has overcome the ups and downs of the current economic crisis with work and business vision.*

**A**driana Sola took her first steps in the business world in the consultancy firm owned by her family, Sola y Asociados, where she was responsible for the business administration and management area of the different companies in the group for eight years before taking the leap into the consultancy area. “I started off on a traditional career path, slowly working my way up by gaining experience and responsibility, rising up through the ranks of consultant, project manager, account manager and finally, sales manager”, she explains.

*Adriana Sola decided to set up a new business initiative in 2001 with other partners, the result of which is Altim, where she held the position of sales director and is now managing director. Remembering that time, she recalls “there were six of us, like in any start-up at the beginning, that did everything: consultancy, sales, marketing, administration.... Those initial years were very intense and exciting”.*

*Positioned as a management consulting, technology service and outsourcing firm with broad experience in the SAP and IBM environ-*

Posicionada como compañía de consultoría de gestión, servicios tecnológicos y outsourcing, con una amplia experiencia en los entornos SAP e IBM, en sólo diez años, su plantilla ha crecido hasta 70 empleados y su facturación supera los seis millones de euros. Una cifra que, pese al contexto económico, espera elevar “un 5 por ciento en 2011”, indica.

La compañía, muy ligada a los entornos SAP e IBM, trabaja con organizaciones de todos los tamaños, aunque su foco principal reside en la mediana empresa y es especialmente fuerte en sectores como alimentación, distribución, ingeniería y alquiler de maquinaria. “Nuestra estrategia es la especialización —explica la directiva. Estamos especializados en interpretar y entender las necesidades de los clientes y traducirlas al mundo tecnológico. La tecnología no es el negocio de nuestros clientes. Es el nuestro, y estamos obligados a darles una solución”.

Esa especialización se plasma en el desarrollo de soluciones verticales. En este punto, explica que “fuimos la primera compañía que dispuso de una solución vertical certificada SAP, Myaltim: Engineering y, desde entonces, nuestro negocio se orientó en gran medida a las paquetizaciones de producto, traduciendo productos dirigidos a la gran cuenta, para adaptarlos a la pequeña y mediana empresa. Soluciones sencillas que resuelven sus necesidades a un coste menor”.

En este punto, es clave su apuesta por la innovación: “Observamos y escuchamos al mercado y trasladamos a nuestro laboratorio las necesidades de los clientes. A partir de ahí, investigamos las tecnologías y servicios de una gama inmensa de que disponen los diferentes fabricantes tecnológicos del mercado, y cuáles pueden encajar en los negocios de nuestros clientes. Nuestro enfoque de negocio no es ofertar con los productos tradicionales de gestión, sino buscar dónde podemos apoyar a los negocios de los clientes”.

*ments, the company's workforce has grown to 70 employees in just ten years. It currently has an annual revenue of six million euro, a figure which is expected to increase by “5 per cent in 2011” despite the economic climate, as pointed out by Sola.*

*The company, closely linked with the SAP and IBM environments, works with different sized organisations, although its main focus lies with medium-sized enterprises and it is particularly strong in sectors such as food, distribution, engineering and machinery hire. As Sola reveals, “Our strategy is specialisation. We specialise in interpreting and understanding our customers' needs, translating those requirements into the technology world's language. Technology is not our customers' business; it's ours, and we undertake to provide them with a solution”.*

*This specialisation is reflected in the development of vertical solutions. On this point, she explains that “we were the first company to provide a SAP certified vertical solution, Myaltim: Engineering, and since then, our business has been mainly focused on product packaging, translating products designed for large accounts and adapting them for small and medium-sized enterprises. Simple solutions that meet their needs at a lower cost”.*

*Along this line, the key is innovation: “We closely watch and listen to the market and then transfer customers' requirements to our laboratory. From there, we investigate an immense range of technologies and services available on the market from major technology manufacturers and decide which ones best suit our customers' businesses. Our business approach is not to offer traditional management products, rather to find where we can support our customers' businesses”.*





## Soluciones verticales Altim para el entorno SAP

**SAP ERP** - Solución diseñada para minimizar los plazos y costes de la mediana y pequeña empresa, que necesita la gestión del negocio bajo un mismo sistema para optimizar los procesos empresariales, bajo el programa Fast Star, con una implementación en tiempo record, asequible y flexible.

**SAP CRM BAI0** - Solución adaptada y enfocada a las pymes con la necesidad de ampliar y profundizar en la visión de sus clientes, englobando todos los procesos de marketing, comercial y servicios post venta, bajo un mismo sistema y a través del programa Fast Start.

**Myaltim: Olium** - Solución estándar dirigida a empresas del sector de los aceites comestibles y orientada a cubrir las necesidades de control de los costes del producto, planificación de la producción y gestión de la calidad, así como las relaciones con los clientes, proveedores y cooperativistas.

**Myaltim: Promotion** - Solución estándar que permite a los comerciales, en cualquier momento y lugar utilizando incluso dispositivos móviles, para realizar operaciones relacionadas con el proceso de ventas.

**Myaltim: Pharmalab** - Solución estándar dirigida a empresas del sector farmacéutico, orientada a cubrir las necesidades de control de costes del producto, planificación de la producción y gestión de la calidad, así como las relaciones con los clientes y proveedores.

**Myaltim: Nautical** - Solución orientada a empresas dedicadas a la gestión de embarcaciones de terceros que necesitan o quieran mejorar su eficacia y eficiencia en los servicios que ofrecen a los propietarios y a los potenciales arrendatarios de las embarcaciones.

**Myaltim: Engineering** - Solución de negocio personalizada, orientada a empresas de ingeniería o/y arquitectura para la gestión de todo tipo de proyectos. Aporta un conjunto de procesos automáticos y herramientas diseñadas específicas para este sector, estrechamente integrado con las soluciones horizontales de SAP Business Suite.

**Myaltim: Mobility** - Solución estándar que permite a los comerciales, en cualquier momento y lugar utilizando incluso dispositivos móviles, realizar operaciones relacionadas con el proceso de ventas.

**Myaltim: Lacteal** - Solución estándar diseñada para el sector lácteo que resuelve el control de la calidad en la totalidad de la cadena logística, desde el momento del aprovisionamiento hasta la distribución comercial.

**Myaltim: Portals** - Solución de negocio rápida y asequible, que permite a las empresas trabajar en un único entorno de trabajo, con independencia de las aplicaciones a utilizar en su gestión diaria.

**Myaltim: CRMpharma** - Solución estándar CRM, pensada para visitantes médicos, que permite, mediante una actividad unificada y centrada en el cliente, la consecución de un crecimiento rentable, a través de todo el ciclo de compromiso con éste, proporcionando todas las funciones necesarias para la planificación de marketing, gestión de campañas, telemarketing y segmentación de los clientes.

**Myaltim: Construction** - Solución estándar, que se adapta, bajo un entorno de información integrada, a todos los procesos de negocio y operaciones propias de una compañía constructora.

**Myaltim: Aviation** - Solución de gestión dirigida a empresas dedicadas a la gestión de aeronaves que necesitan o quieran tanto mejorar su eficiencia en los servicios que ofrecen a los propietarios, como a los clientes potenciales de esos aviones.

**Myaltim: Dashboards** - Solución que da respuesta a las necesidades y a las problemáticas de información financiera, logística, analítica, con las que se enfrenta la pequeña y mediana empresa. Convirtiendo unos simples datos en una información útil y valiosa, para la empresa, definir indicadores de negocio, elaborar cuadros de mando en minutos, pudiendo controlar todo el negocio en el momento adecuado.

## Altim vertical solutions for the SAP environment

**SAP ERP** - Solution designed to minimise time and costs required for optimising business processes for small and medium-sized companies that need business management in a single system, implemented under the Fast Start programme with cost-effective, flexible rollout in record time.

**SAP CRM BAI0** - Solution which has been adapted and focused on SMEs that need to extend and heighten its customer vision, covering all marketing, sales and aftersales processes under a single system and through the Fast Start programme.

**Myaltim: Olium** - Standard solution which is aimed at companies in the edible oil sector that is designed to cover product cost, production planning and quality management requirements, as well as relationships with customers, suppliers and cooperatives.

**Myaltim: Promotion** - Standard solution that enables sales representatives to perform sales process operations at any time and from anywhere, even using mobile devices.

**Myaltim: Pharmalab** - Standard solution which is aimed at companies in the pharmaceutical sector that is designed to cover product cost, production planning and quality management requirements, as well as relationships with customers and suppliers.

**Myaltim: Nautical** - Solution aimed at third party boat management companies that want to improve efficiency and effectiveness in the services offered to owners and potential leaseholders of boats, yachts and recreational vessels.

**Myaltim: Engineering** - Personalised business solution for engineering and/or architectural firms for managing different projects. It contains a set of automated processes and tools designed specifically for this sector, closely integrated with the horizontal solutions of SAP Business Suite.

**Myaltim: Mobility** - Standard solution that enables sales representatives to perform sales process operations at any time and from anywhere, even using mobile devices.

**Myaltim: Lacteal** - Standard solution which is designed for the milk-product sector that ensures quality control throughout the logistics chain, from provisioning to sales distribution.

**Myaltim: Portals** - Fast and cost-effective business solution that enables companies to operate in a single work environment, independently of the applications used in daily management.

**Myaltim: CRMpharma** - Standard CRM solution which is designed for pharmaceutical sales representatives that provides profitable growth throughout the sales cycle through unified, centralised activity in the client, offering all the features necessary for marketing planning, campaign management, telemarketing and customer segmentation.

**Myaltim: Construction** - Standard solution that adapts to the business processes and operations of construction firms in a single integrated information environment.

**Myaltim: Aviation** - Management solution which is designed for aircraft management companies that want to improve efficiency in the services offered to owners and potential customers of the aircrafts.

**Myaltim: Dashboards** - Solution that responds to the financial, logistical and analytical information needs and requirements of small and medium-sized companies, converting simple data into useful, valuable information for the company, defining business indicators, creating balanced scorecards in minutes, controlling the whole business at the right moment.

# ILUMINANDO SUS SOLUCIONES SAP

[www.dawo.es](http://www.dawo.es)

T: 91 736 52 20



**Implementing Real Solutions...  
ERP - BPM - Business Intelligence**

**...y ahora también SAP + Business Objects  
en alquiler!**







Su socio organizativo y tecnológico al servicio de su negocio  
consultoría · tecnología · outsourcing

## El liderazgo femenino en SAPAS Consulting

Teniendo en cuenta el incremento de mujeres en el sector de la consultoría de negocio y TIC durante los últimos años, el equipo femenino de SAPAS Consulting, consultora exclusiva de SAP, nos da su visión –a través de los ojos de su equipo femenino- de los principales valores del liderazgo y la conducción de equipo, más allá de las métricas y los indicadores cuantitativos.

**S**APAS Consulting ha apostado por un modelo de organización del trabajo que tiene en cuenta la flexibilidad, la conciliación y la igualdad, con el objetivo de atraer el mejor talento y generar equipos equilibrados en capacidades y competencias complementarias.

El factor de mayor valor añadido para un proyecto corporativo es el equipo de trabajo; que esté motivado, equilibrado y orientado al logro colectivo serán las claves para el éxito de cualquier proyecto.

Cuando hablamos de liderar equipos y proyectos es necesario, además de establecer objetivos alcanzables, claros y medibles, establecer una serie de bases para las relaciones interpersonales que garanticen la continuidad y el compromiso de las personas implicadas.

### Conciliación y equilibrio entre vida profesional y vida privada

La conciliación laboral y personal no es un capricho, y mucho menos representa un problema para las empresas que enfocan su negocio orientado a resultados. A menudo, una buena conciliación conduce a una mayor organización del tiempo y las tareas, hecho que conlleva una mayor eficiencia de ejecución. Una buena política de conciliación facilita la retención y la atracción del talento que las empresas requieren, especialmente en estos momentos críticos. Una empresa de servicios como la nuestra debe de cumplir los plazos de ejecución pactados con los clientes, y en SAPAS Consulting hemos conseguido equilibrar los equipos y la organización para garantizar la ejecución de los proyectos en el tiempo exigido por nuestros clientes, sin olvidar las necesidades específicas de las personas de nuestros equipos.

### Cuidar al equipo y el clima de trabajo

Los equipos que mejor funcionan son los mixtos y equilibrados en los que se complementan las capacidades y habilidades de sus miembros. A nosotras, nos gustan los equipos capaces de sacar lo

## Female leadership in SAPAS Consulting

*Taking into account the increase of women Leadership in the field of business consultancy and IT has been remarkable in recent years, SAPAS Consulting, an exclusive consultancy specialized in SAP, tell us its vision –through the eyes of its female team- of the core values of leadership and team management beyond the metrics and quantitative indicators.*

**S**APAS Consulting has opted for a model of work organization that takes into account the flexibility, balance and equality in order to attract the best talent and create balanced teams in skills.

*The factor of greatest value to build a corporate project is a motivated and balanced team with common challenges.*

*In order to leading teams and projects in addition to set achievable, clear and measurable goals, it is also necessary to establish the strong bases for interpersonal relationships that ensure the continuity and commitment of those are involved.*

### Conciliation and balance their professional and private life

*Reconciling work and family is not a fad, much less a problem for companies that focus on results-oriented business. Often, a good reconciliation leads to more organizing time and tasks, a fact leading to greater efficiency of execution. A good policy of conciliation facilitates the retention and attraction of talent that companies need, especially in these critical times. A service company like ours must meet the implementation deadlines agreed with clients, and we have managed to balance Sapas Consulting and organizing teams to ensure the implementation of projects in the time required by our customers without forgetting the needs of people of our teams.*

### Taking care the team and working environment

*Best teams are those that are mixed and balanced that complement the skills and abilities of its members. We like teams can get the best out of themselves, this ability to get the most out of each one requires time and knowledge of people. It requires dedication and active listening to all professionals. Generate a suitable working environment and confidence, not only facilitates coexistence among professionals but also generates better results for our clients.*

mejor de ellos mismos; esta capacidad para sacar el máximo partido de cada uno requiere de un tiempo y un conocimiento de las personas que exige una dedicación y una escucha activa de todos los profesionales. Generar un clima de trabajo adecuado y de confianza no sólo facilita la convivencia entre los profesionales, sino que genera mejores resultados para nuestros clientes.

### Compromiso y responsabilidad

No se consiguen los hitos si no se consigue el compromiso del equipo. Comprometerse implica la disposición del equipo a acometer una misión, y para conseguirlo el primer paso es que el líder también se comprometa y responsabilice. Las líderes de equipo de SAPAS Consulting tenemos claro lo importante que es ejercer de ejemplo, por lo que nadie asume una responsabilidad para la que no está preparada o bien no tiene disponibilidad.

### Empatía

Para garantizar el éxito en un proyecto, es esencial saber percibir y reaccionar a tiempo ante posibles adversidades emocionales tanto del equipo interno del proyecto como del equipo proporcionado por el cliente. La capacidad de garantizar un entendimiento sólido interpersonal es esencial para potenciar las relaciones a largo plazo, facilitar el tránsito en situaciones complejas y resolver los conflictos que inevitablemente se generan en los momentos críticos del proyecto. Saber tomar la distancia a las situaciones tensas y advertir las emociones de las personas que componen el equipo será clave para anticiparse a situaciones de crisis y aportar la mejor solución.

### Comunicación

Trabajar la comunicación de un modo eficiente es la clave de cualquier tipo de relación exitosa, tanto personal como profesional o corporativa. La estructura organizativa de SAPAS Consulting es una estructura plana y ágil que facilita la comunicación entre los distintos equipos, es decir, intentamos ejercer un liderazgo participativo en el que fluya la comunicación entre las distintas personas de la organización.

Nuestro principal objetivo como profesionales, consultoras y directivas de SAPAS Consulting es el de proporcionar el mejor servicio a nuestros clientes con un estilo propio, diferencial y de calidad.

### Commitment / Responsibility

*Project and corporate challenges aren't achieved without team's commitment. The first step towards achieving is to get the commitment of the team leader. In SAPAS Consulting team leaders have clear how important it is to exercise for example, nobody assumes any responsibility for the unprepared or no availability.*

### Empathy

*To ensure success in a project, it is essential to know how to perceive and react quickly to potential emotional hardships of both the internal project team and the equipment provided by the client. The ability to ensure a solid understanding is essential to enhance interpersonal relationships in the long term, facilitate traffic in complex situations and resolve conflicts that inevitably generated in the critical moments of the project. Be sufficient distance from stressful situations and notice the emotions of people are the key to anticipate crisis situations and provide the best solution.*

### Communication

*Working on an efficient communication is the key to any successful relationship, both personal and professional, and corporate. The organizational structure of SAPAS Consulting is a flat structure and agile that facilitates communication between teams.*

*We try to have a participatory leadership communication flowing between different people and organizing teams.*

*Our main goal as professionals, consultants and managers in SAPAS Consulting is to provide the best service to our customers with a unique, quality and differential style.*





## Las principales mujeres / The top women



**Marta Pallarès**

**Responsable de proyecto. Especialización en el módulo HIS / Project Manager. HIS Specialization Module**

“Liderar es conseguir que el equipo trabaje como un todo, por la consecución de un objetivo común. Si además se consigue la motivación de cada uno de sus miembros, el éxito individual se convierte en el éxito colectivo”.

*“Leadership is getting the team to work as a whole, achieving a common goal. If you also get motivation from each of its members, individual success, it becomes the collective success”.*

**Silvina Colman**

**Responsable línea de negocio. Soporte SAP / SAP Customer Service Manager**

“El verdadero líder es aquel que no necesita que nadie lo nombre como tal y motiva a los demás para que le digan lo que necesita saber, no lo que quiere oír”.

*“The true leader is someone who does not need anyone to name as such, encourages others to tell you what you need to know, not what you want to hear.”*



**Gladys Alonzo**

**Responsable de proyecto. Especialización en el módulo PM / Project Manager. Specialization Module PM**

“Motivación, comunicación, transparencia y perseverancia es la fórmula para lograr ser líder de un equipo premier en el logro de proyectos exitosos. Lograr la sinergia de un equipo está en ser positivos y apoyarse unos con otros”.

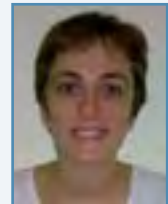
*“Motivation, communication, transparency and perseverance is the formula in order to become premier team leader in achieving successful projects. Achieve the synergy of a team is to be positive and support each other”*

**Gina Inglada**

**Responsable de proyecto. Especialización en SD / Project Manager. Specializing in SD**

“La gestión de un equipo implica conocer las capacidades y los gustos de todos los integrantes para poder repartir y organizar el trabajo de manera que todo el mundo se sienta lo más cómodo posible”.

*“Managing a team involves knowing the capabilities and tastes of all members in order to distribute and organize work so that everyone feels as comfortable as possible.”*



**Elisabeth Noel**

**Responsable de proyecto especialización en el módulo FI/CO / Project Manager Specializing in the module FI / CO**

“Para lograr el éxito de un equipo es necesario que todos los integrantes se encuentren comprometidos e involucrados, para lo cual la comunicación juega un papel importante. La persona que lidera el equipo deberá lograr una interacción entre los miembros que sea fluida y ágil, facilitando el dialogo para solucionar los conflictos”.

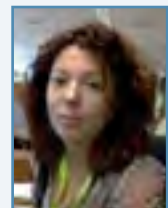
*“To be a successful team is necessary that all members are engaged and involved, for which communication plays an important role. The person who leads the team must achieve an interaction between team members to be fluid and agile facilitating the dialogue to solve conflicts”*

**Lucía Gómez**

**Responsable de programación / Programing**

“El éxito de un proyecto radica en la coordinación de todos sus miembros. Además de fijar los objetivos, es necesario conseguir la implicación y el compromiso de todos ellos”.

*“The success of a project lies in the coordination of all its members. In addition to setting goals is necessary to get the involvement and commitment of all its members”*



**Laura Rodríguez**

**Responsable de proyecto. Especialización en el módulo HR / Project Manager. Specializing in HR module**

“El liderazgo de un equipo, de un proyecto, desde una perspectiva integradora, es un compromiso común que comporta una gran motivación por la consecución del logro conjunto, del éxito de un proyecto por la suma del esfuerzo de individual”.

*“The leadership of a team, a project from a holistic perspective, it is common commitment that involves a strong motivation for achieving the joint achievement of project success by the sum of individual effort”*

**Anna Forment**

**Directora de marketing / Marketing Manager**

“Cuando se trabaja en equipo, el reto más difícil es conseguir que el resultado sea superior a la contribución individual de las personas que lo integran. Un modelo de gestión con visión a largo plazo debe trabajar para ganarse día a día el compromiso de las personas”.

*“When you work as a team the most difficult challenge is to get the result exceeds the individual contribution of each of its members. A management model with long-term vision must work everyday to earn the commitment of its people”*



A photograph of a desk lamp with a black shade and a silver base, illuminated on a desk. To the left, there is a stack of books and a framed picture. To the right, a portion of a dark chair is visible. The background is a plain, light-colored wall.

ENCENDER. Y VER.

**¿TE DAS CUENTA DE LO IMPORTANTE QUE SON LAS COSAS MÁS SENCILLAS?**

Por eso uno de nuestros objetivos es hacer que cualquier proceso sea también lo más sencillo posible. Nuestra experiencia en servicios globales de consultoría nos permite ofrecer la solución que cada tipo de proyecto requiere. Muy cerca y sin complicaciones. Siempre juntos, como un equipo. Porque nuestra independencia nos permite recomendarte sólo lo que necesitas, y eso es lo que lo hace fácil. Y si **es fácil, it's Single.**

## El reto de la gestión de la experiencia multicanal del cliente

Resulta difícil imaginar que hace apenas algo más de 10 años el único correo que conocíamos era el que necesitaba de un sello para llegar a su destino. O que hace menos de cinco lo único que podíamos hacer con nuestro móvil era hablar o enviar un SMS. Las nuevas tecnologías de la comunicación están cambiando nuestros hábitos cotidianos y, por tanto, las reglas de relación entre las empresas y sus clientes.

**E**l comercio electrónico permite hoy dar a conocer y vender nuestro producto en cualquier lugar del mundo. El entorno digital ofrece elementos de dinamismo, de segmentación y personalización, o de trabajo en tiempo real impensables hasta hace poco tiempo. Estas ventajas no vienen sin sus inconvenientes. La competencia se encuentra ahora a un mero clic de distancia. Los medios sociales permiten a nuestros clientes convertirse en nuestros principales prescriptores y les ofrecen también una capacidad sin precedentes para poder dañar nuestra marca. El reto que para las empresas supone este nuevo entorno no hará sino sofisticarse todavía más durante los próximos años a medida que se consolide la actual explosión de nuevos canales y dispositivos.

Diferentes estudios citan 2013 como el año en el que el número de los accesos a Internet desde el móvil superará al realizado desde los PCs. Actualmente, en España el 57% de las personas están conectadas a la Red de seis maneras distintas. En este contexto resulta lógico el aumento de la demanda de aquellas tecnologías diseñadas para optimizar la relación de las empresas con sus clientes a través de una mayor y mejor atracción y fidelización de éstos. A pesar de la crisis, el mercado global de los sistemas de Customer Experience Management no ha dejado de crecer durante estos últimos años y se calcula que alcanzará los 100.000 millones de dólares en el 2013.

Para muchas empresas, el cada vez mayor protagonismo de la tecnología en la relación con sus clientes sigue suponiendo un reto. La tecnología puede convertirse en un obstáculo en lugar de un elemento de mejora cuando la implementación de una estrategia de marketing supone dificultades a nivel organizacional derivadas de la dependencia del departamento de IT, o cuando diferentes áreas de una misma empresa cuentan con una serie de sistemas para

## The challenge multichannel customer experience

*It's hard to imagine that only 10 years ago we needed a stamp to send our mail to its destination. Or that less than five years ago, the only thing we could do with our mobiles was talk or send SMS messages. New communication technologies are constantly reshaping our daily habits and companies worldwide must rethink their customer relationship strategies.*

**E**-commerce enables us to market and sell our product from anywhere in the world. We currently face a completely new scenario, the digital environment adds dynamism, segmentation and personalisation functionalities while it enables us to work in real-time. Nevertheless these new possibilities also have some drawbacks. The competition is only a click away. Social media can transform our customers into our best prescribers and yet offer them an unprecedented capacity to damage our brand. Reality is that the challenge this new environment represents for companies will become even more complex over the upcoming years as the current explosion of new channels and devices consolidates.

*Different studies seem to point to 2013 as the year in which the number of mobile connections made to the internet will surpass those done from PCs. Currently, 57% of the population in Spain is connected to the internet through six different channels. This fact proves there will be an increasing demand for technologies that help companies grow and strengthen their customer relationships through engaging digital experiences and rich enterprise applications helping them to achieve greater loyalty and market share. Despite the current crisis, the global market for Customer Experience management systems has grown non-stop over the last few years and is expected to reach US\$1 billion in 2013.*

*For many companies this growing prominence of technology in customer relationship strategies poses a major challenge. Sometimes, instead of an opportunity for improvement, technology can become a major obstacle. For example, when implementing a marketing strategy involves organizational difficulties resulting from the dependence of the IT department or when there are several customer interaction systems within the company that are not integrated. For these organisations, the question is no longer whether to participate in the digital context or not, but rather how to do it efficiently.*





**Carmen San Emeterio.**  
Directora del Canal Enterprise en Adobe  
*Enterprise Channel Director in Adobe*

### **Una vida profesional dedicada a las TI**

Carmen San Emeterio lleva 18 años desarrollando su carrera profesional en el sector de la Tecnología. Tras ocupar diversos cargos directivos en compañías como Andersen Consulting, JD Edwards y PeopleSoft, se incorporó hace seis años a Adobe, donde ejerce actualmente como Directora del Canal Enterprise.

### **A career devoted to IT**

*Carmen San Emeterio has been working in the Technology sector for 18 years. After holding several management positions in companies such as Andersen Consulting, JD Edwards and PeopleSoft, she joined Adobe six years ago, where she is currently Enterprise Channel Director.*



relacionarse con el cliente y éstos no funcionan de forma integrada. Para estas organizaciones, la cuestión ya no consiste tanto en decidir si han de estar presentes o no en el contexto digital sino en cómo hacerlo de forma eficiente.

Adobe ofrece una respuesta a estos retos con una solución de Customer Experience Management cuya diferencia fundamental respecto a sus principales competidores es su extrema facilidad para ser utilizada por perfiles no técnicos. Esta característica resulta fundamental en los proyectos asociados a la puesta en marcha de una estrategia digital, en los que el time to market es esencial. Por otra parte, nuestra solución integra por completo las tecnologías que responden a las tres necesidades fundamentales de cualquier proyecto de marketing digital: creación de contenidos, gestión y distribución de los mismos y analítica.

En Adobe llevamos 27 años desarrollando herramientas para la creación de contenidos, líderes en sus diferentes capacidades, y hemos integrado nuevas tecnologías de diferentes adquisiciones. Tales han sido los casos de Day Software, que ha aportado a la solución un gestor de contenidos capaz de distribuirlos en cualquier tipo de dispositivo y canal y de Omniture, que ha permitido ofrecer las capacidades de análisis web y redes sociales facilitando un conocimiento detallado de la interacción con los clientes en cualquier contexto. Esta vocación integradora alcanza a los sistemas de CRM, Call Centers o cualquier tipo de back office ya existente en las compañías. Por ejemplo, un componente lanzado recientemente con el nombre de SAP GateWay permite desarrollar contenidos desde los propios sistemas de SAP trabajando directamente con datos o servicios web existentes en esta plataforma.

El resultado final es una solución valorada como una de las líderes globales en su terreno en el último informe de Forrester y utilizada por empresas pertenecientes a todo tipo de sectores tales como Chanel, GAP, AUDI, UPS, Kodak, McDonalds, Prenatal o DHL. Estas empresas valoran la posibilidad de poder trabajar ya hoy en áreas de futuro contempladas en nuestra solución tales como la geolocalización, las aplicaciones para nuevos dispositivos como tabletas o smartphones, nuevos niveles de contextualización y personalización o la posibilidad de trabajar desde la Nube. Nuevas experiencias que en poco tiempo nos harán recordar como todavía más remoto el día en el que enviamos un correo electrónico por primera vez.

*Adobe Customer Experience Management solutions can help overcome these challenges while bringing ease of use for non-tech savvy profiles, an important differentiating factor from its competitors. This feature is essential in projects that require implementing a digital strategy where time to market is critical. Furthermore, our solution fully integrates technologies that answer the three main requirements in any digital marketing project: content creation, content management & distribution, and analysis & optimization.*

*At Adobe, we have been developing leading content creation tools for 27 and recently we have integrated new technologies from different company acquisitions: Day Software, which has brought a content management software to the solution that is capable of distributing contents in any device or channel; And Omniture, which has enabled us to offer web and social network analysis, providing detailed information on customer interaction in any context. Additionally, we offer a level of integration that even extends to CRM, call centres or any other existing back-office systems in enterprises. For example, a new component recently launched, SAP GateWay, enables users to develop content from SAP systems, working directly with data or web services available in the SAP platform.*

*The end result is a highly valued solution that has been rated as one of the global leaders in its field in a recent Forrester report and used by cross industry companies, such as Chanel, Gap, Audi, UPS, Kodak, McDonalds, Prenatal or DHL. By embracing our solutions, these companies are able to work today in cutting-edge projects, such as geolocation, apps for new devices such as tablets or smartphones, new levels of contextualisation and personalisation, or even working in the Cloud. New experiences that will soon make the day we sent an email for the first time seem a distant past.*

# Conecte su Contenido Empresarial

Si desea saber cómo obtener mayor valor y lograr el éxito gracias a las soluciones ECM para SAP®, **visite OpenText en el Pabellón 7 (Stand 742) y asista a nuestras sesiones en el Campus Run Better**

OpenText es líder en el mercado de soluciones ECM para su uso con aplicaciones SAP®, y ofrece soluciones a más de 3.000 clientes de SAP® en todo el mundo, siendo reconocida por analistas de la industria como Gartner, IDC y Forrester. Las soluciones de OpenText para SAP® amplían el valor de SAP® Business Suite al vincular el contenido al entorno de negocio de SAP®, facilitando el control sobre el crecimiento descontrolado del mismo, conservando y protegiendo el necesario y destruyendo el resto.

OpenText hace posible la transformación de su negocio. Generar sinergias a partir de la convergencia entre el contenido empresarial y los procesos de negocio constituye un enfoque único.

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





**Sonia Puerta,**  
Gerente de Zona Centro en Integra  
*Central Region Manager at Integra*



## “Aunque el camino ha sido duro, no me arrepiento de haber apostado por SAP”

### “Although it has been a hard road, I don't regret having gone for SAP”

**Sabemos que en 1998 empezó su carrera profesional en el sector de los Recursos Humanos y que llegó al mundo SAP en 2001, pero... ¿por qué decidió adentrarse en él?**

Mi inicio en el mundo SAP no fue algo buscado, sino fortuito y casual.

Soy de Bilbao y, como muchos de los que trabajamos en Madrid, vine aquí para poder tener una mejor oportunidad profesional y poder ejercer lo que había estudiado: Relaciones Laborales.

Comencé a trabajar como Adjunta a Directora de Recursos Humanos en un grupo de empresas, adquiriendo durante esos tres años sólidos conocimientos en la citada área. Simultáneamente con este trabajo, inicié una nueva carrera en la Universidad Juan Carlos I con la intención de licenciarme en Ciencias del Trabajo. Fue allí donde un compañero me comentó la posibilidad de trabajar en el mundo SAP; acepté el reto y a ello sigó dedicándome tras 11 años. Aunque el camino ha sido duro, no me arrepiento de haber apostado por SAP. **Ahora cuéntenos cómo ha sido su evolución y trayectoria durante estos últimos 11 años en SAP.**

Una vez aceptado el reto de introducirme en el mundo SAP, me certifiqué en SAP HCM y comencé a trabajar en Sapryma como Consultora SAP HR. Fueron tres años en los que participé en proyectos muy interesantes y en los que consolidé mi formación en SAP a nivel funcional. Destacaría de esta época el proyecto de Nómina y Gestión de tiempos en Robert Boch; guardo un gran recuerdo de este proyecto, ya que fue mi primer proyecto SAP y una siempre tiene un cariño especial a las primeras experiencias.

Tras mi primera fase en Sapryma, surgió la posibilidad de trabajar con Indra. Allí pasé cuatro años y casi toda mi trayectoria transcurrió en Red Eléctrica de España. Mi labor principal era gestionar el mantenimiento y los proyectos de la Dirección de Recursos Humanos llevando la Jefatura de Proyectos Críticos para REE. En esta fase de mi carrera profesional, adquirí mucha destreza para la gestión de proyectos y de equipos.

En Julio del 2007 di un salto en mi carrera profesional y comencé a trabajar en Integra como Gerente de Proyectos. Aquí he encontrado a los mejores profesionales, compañeros que te hacen mucho

*We know that your professional career in the Human Resources area began in 1998 and then you commenced working with the SAP technology in 2001, but, why did you get into it?*

*I became a SAP Consultant by sheer chance.*

*I'm from Bilbao and I was just one more to move to Madrid looking for better professional opportunities related to my degree specialization: Work Relations.*

*I started working as HR Director Assistant and I really learnt a lot about this field for the 3 years I was developing this job position. At the meantime, I began a new degree at the Rey Juan Carlos University, where a classmate told me about working in the SAP area. After this, I accepted the challenge and I am still into it after 11 years. Although it has been a hard road, I don't regret having gone for SAP.*

**Now, we would like to know more about your last 11 years working with SAP.**

*I began working as a SAP HR Consultant at Sapryma after getting a SAP HR Certification. I spent 3 years there, where I took part in really interesting projects as well as I consolidated my functional SAP education. Here, I highlight the Payroll and Time Management Project in Robert Boch, which was my first SAP Project, my first SAP experience.*

*Afterwards, I had the chance of joining Indra, where I was working for 4 years, mainly for the Red Eléctrica de España account. I managed the projects for that company and the company's Human Resources Management maintenance, as the Critical Projects Manager for REE. At this part of my career, I got skills for managing projects and teams.*

*In July 2007 I became Projects Manager at Integra. Here, I have met the most qualified colleagues, which have made easier for me such a complex task as the HCM Management is. Nowadays, I manage the SAP HCM Maintenance and most of the significant Integra clients.*

**In spite of your successful career, has being a woman ever supposed a handicap for reaching your professional goals?**

*Although our nowadays society is changing and 'Gender Equity' is becoming stronger, men still seem to occupy the most positions of power.*

Sonia Puerta entró en el mundo de los Recursos Humanos en 1998 y en 2001 conoció SAP. Desde entonces, su carrera en el mundo de la consultoría SAP no ha parado de ascender, hasta llegar a ser nombrada Gerente en Integra hace 4 años. Especializada en Nómina y Gestión de Tiempos, actualmente gestiona muchos de los proyectos y clientes más importantes de Integra. Por todo ello, en Integra hemos optado por Sonia Puerta para representar el lado más femenino de nuestra consultoría SAP HCM, a la vez que afirmamos a través de su testimonio que las barreras profesionales para las mujeres en el entorno SAP son pura utopía

*Sonia Puerta made her start in the Human Resources area in 1998 and next, in 2001, she met SAP. Since then, her professional career in SAP Consultancy has been advancing rapidly until she became Project Manager at Integra 4 years ago. Sonia Puerta is an expert in Payroll and Time Management SAP HCM components. Nowadays, she manages most of the Integra's main projects and clients. Because of all this, Integra has chosen her for representing the SAP HCM Consultancy female side. Through this interview, we are so glad of demonstrate that, at least inside the SAP World, the professional barriers for women do not exist anymore.*



“Todavía vivimos en una sociedad en la que el hombre ocupa gran parte de los puestos de poder. Somos las mujeres la que tenemos que luchar para que esto cambie: y lo estamos consiguiendo”

*“Nowadays, men still seem to occupy the most positions of power. We, the females, must be the ones to fight for changing it, and I think that we are achieving this purpose”*



más fácil una labor tan complicada como la gestión, que es ahora mi principal labor. Actualmente dirijo el mantenimiento SAP HCM y proyectos SAP en muchos de los grandes clientes de Integra.

**A pesar de su exitosa trayectoria, ¿ser mujer ha supuesto alguna vez un impedimento para alcanzar sus metas profesionales?**

Aunque la sociedad actual está cambiando y la palabra “igualdad” va tomando fuerza, todavía vivimos en una sociedad en la que el hombre ocupa gran parte de los puestos de poder. Somos las mujeres la que tenemos que luchar para que esto cambie, y lo estamos consiguiendo.

En Integra me han dado la posibilidad de ocupar un puesto gerencial sin importarles que fuese mujer. Nunca me he sentido discriminada por ser mujer en ningún sitio a lo largo de mi carrera profesional.

**¿Diría, por lo tanto, que resulta difícil para las mujeres compaginar el mundo profesional con el personal?**

Sí, creo que es realmente complicado buscar lo mejor en ambos terrenos con jornadas de trabajo tan maratónicas. En mi caso, tengo afortunadamente una pareja que, después de tanto tiempo, entiende estas jornadas tan largas y, aunque lo lleva unos días mejor y otros peor, lo acepta, me apoya e incluso hay veces que me anima. Tener una pareja comprensiva y que te aliente en este aspecto es muy importante.

**Entonces, ¿es duro el mundo SAP y el mundo de la gestión para una mujer?**

No lo definiría como duro, pero sí que es verdad que es un trabajo que implica mucha dedicación y compromiso; y esto a veces lleva a tener que renunciar a otras cosas.

**Y, ¿se lo recomendaría a otras mujeres?**

¡Pues claro que sí! Animo a todas las mujeres a trabajar en SAP, tanto en gestión o en lo que les guste.

**Por último, respecto a las nuevas tecnologías surgidas en el entorno SAP ¿Cuál consideraría más idónea para ser utilizada en la mejora de la gestión del capital humano de las empresas?**

Sin duda, todas las relacionadas con la movilidad. En una época en la que se espera que los trabajadores de una empresa, y en particular los empleados que gestionan personas y tareas de importancia, actúen independientemente de donde se encuentren, esta nueva tecnología ha permitido desligar la toma de decisiones de un lugar físico determinado.

**“Animo a todas las mujeres a trabajar en SAP, en la gestión o en lo que realmente les guste”**

**“I encourage all women to work in SAP, in management or anything they feel attracted about this technology”**

*We, the females, must be the ones to fight for changing it, and I think that we are achieving this purpose.*

*Integra gave me the chance of developing a managing job position and my gender was not the matter at all. During my professional career, I have never felt dismissed because of being a woman.*

**Therefore, do you think that it is difficult for women link up the working life with the personal one?**

*I think that it is so difficult to combine such a long working day with the own personal life. I am so lucky of having a reasonable couple which understands my full day's work and he even cheers me up. A sensible and heartening couple is especially important to be able to handle this way of life*

**Consequently, is it rough on women, the SAP management environment?**

*I would not exactly define it that way, instead, I would say that it is a work which involves lot of perseverance and commitment and, sometimes, you have to decline other things.*

**Then, would you recommend it to other women?**

*Of course, I would! I encourage all women to work in SAP, in management or anything they feel attracted about this technology.*

**Finally, concerning to the new SAP technologies, which one would you regard as be the best to advance the company's Human Capital management?**

*Without any doubt, I believe that the new SAP Mobility technology is the most suitable one for improving the company's Human Capital management, given that this technology has permitted to make decisions anywhere.*



A veces las cosas más sencillas  
nos ofrecen la mejor solución.

En ASPA somos expertos en soluciones SAP.

Conocemos bien las necesidades de nuestros clientes.  
Por eso podemos ofrecerles las mejores soluciones SAP  
en las áreas de Finanzas, Logística, Almacenes, Fabricación,  
Business Intelligence y Retail.

**Inma Alcolea.**

SAP Logistics Specialist en itelligence.  
*SAP Logistics Specialist in itelligence*



Inma Alcolea, SAP Logistics Especialist en itelligence. Experta en Extended Warehouse Management EWM. En el mundo hay pocos expertos en este producto e Inma Alcolea probablemente sea la única mujer que ha realizado implantaciones, entre ellas a Yoplait y colaborado en Danone Francia y Bombardier en Canadá.

*Inma Alcolea, SAP Logistics Specialist at itelligence and expert in Extended Warehouse Management, EWM. There are few experts in this product worldwide, and Inma Alcolea is probably the only woman who has implemented the system in companies such as Yoplait and collaborated with Danone France and Bombardier in Canada.*

## De usuaria poco experta a especialista en SAP

Ésta es la historia de Inma Alcolea, SAP Logistics Specialist en itelligence, que tuvo su primera experiencia con SAP como usuaria para luego convertirse en una experta consultora en la compañía, con un elevado *expertise* en el área de logística.

**M**i primer contacto con el mundo SAP fue como usuaria en una multinacional japonesa en la que, de un día para otro, dejamos de recibir mails y post-it's sobre compras que debíamos realizar y empezamos a registrarnos a un nuevo sistema, y a convertir solicitudes de pedidos en pedidos de compras. No fueron nada fáciles esos inicios como usuaria poco experta dado que muchas veces no entendíamos el porque hacíamos las cosas de aquella determinada manera.

No obstante, las cosas cambiaron mucho cuando decidí entender qué había detrás de esas siglas: SAP. Fue cuando la compañía itelligence, confiando en mí desde el principio, decidió contratarme como consultora SAP de compras y calidad: buena elección, teniendo en cuenta que acababa de certificarme en ventas y distribución!

Desde hace aproximadamente 12 años estoy inmersa en el mundo de la logística y en SAP. Con el tiempo he ido aprendiendo mucho de logística, de SAP y de personas. Siempre ha sido un reto para mí explorar y aprender nuevas funcionalidades dentro de SAP y, en estos momentos, Extended Warehouse

## From basic user to SAP specialist

*This is the story of Inma Alcolea, an SAP Logistics Specialist in itelligence, whose first experience with SAP was as a user but who later went on to become an expert consultant within the company with a high level of expertise in the field of logistics.*

**M**y first contact with the SAP world was as a user in a Japanese multinational. From one day to the next, we stopped receiving mails and Post-its on the purchases we had to make and began to register with a new system, converting order requests into purchase orders. Starting off as a basic user was not at all easy, since we often didn't understand why we had to do things in this particular way.

However, this completely changed when I decided to find out what was behind those initials, SAP. It was at this point when the company itelligence, who believed in me from the start, made the decision to hire me as a SAP consultant for purchasing and quality: a great choice, given that I had only just qualified in sales and distribution!

For the last 12 years or so, I have been immersed in the world of logistics and SAP. During this time, I have learned a great deal about logistics, SAP, and people. I have always seen it as my challenge to explore and learn about new functions within SAP, and right now, Extended Warehouse Management (EWM) is my top tool. My recent experience in Agropur with my colleagues from itelligence Canada has been instrumental in allowing me to consolidate concepts and recognise the existence of an extensive functionality within this new concept of warehouse management. We now have a solution that allows us to view warehouse processes from start to finish, without having to develop customised functions. Finally we have a tool that enables us plan, measure and analyse productivity in the warehouse and control all the tasks that are carried out using a single system.

Let me to tell you about how this solution is contributing to the organisation, since it is a project that I am particularly proud of. In or-

se Management –EWM– es mi apuesta más firme. Mi última experiencia en Agropur, con mis colegas de itelligence Canadá, me ha servido para afianzar conceptos y reconocer la existencia de una extensa funcionalidad dentro de este nuevo concepto de gestión de almacenes. Ahora tenemos una solución que permite ver dentro del almacén los procesos de inicio a fin sin necesidad de desarrollar funcionalidad a medida. Por fin, podemos contar con una herramienta que nos permite planificar, medir y analizar la productividad dentro del almacén y controlar de manera conjunta todas las tareas que se producen dentro del almacén.

Permítanme que les cuente lo que esta solución está aportando a esta organización porque es un proyecto del que me siento especialmente orgullosa. El Grupo Agropur, con el claro objetivo de aumentar la productividad de sus operarios así como mejorar la calidad del servicio a sus clientes, decide sustituir WM por Extended WM para, de esta forma, evolucionar y mejorar en sus flujos y secuencia de tareas de manera óptima, reducir desplazamientos optimizando recorridos mediante la definición de rutas, ser capaces de manejar grandes cantidades de producto sin disminuir la velocidad del recorrido, gestionar tareas de valor añadido en tiempo real y sin papeles, reducir el número de devoluciones, el coste del envío y su manipulación... En definitiva, evolucionar gracias a nuevas funcionalidades que solo EWM les puede ofrecer.

En concreto, Agropur se están beneficiando de un control en mayor detalle de todas las operaciones que se realizan en el almacén definiendo procesos de entrada y salida de mercancías, ya que EWM permite representar en sistema cualquier tipo de almacén (picking, estanterías, bloques...), detallar estaciones de trabajo y/o áreas internas del mismo, facilitar un layout gráfico en 2D y visualizar datos de ubicación.

Además, EWM permite controlar los almacenes robotizados desde el ERP, gracias a MFS – Material Flow System-, que integra la comunicación con equipos automatizados y permite la monitorización de las actividades y alertas desde el propio monitor del almacén, como si de un gestor de tráfico se tratara.

La creación de órdenes de picking se basa en reglas preestablecidas, pudiendo definir las HU- Unidades de Manipulación- a nivel de tipo de almacén, determinar la estrategia Pick&Pack versus Pick, establecer el camino óptimo para el preparador, agrupar el picking por líneas de entrega, calcular bultos, determinar la estación de trabajo, imprimir los documentos y etiquetas incluso bajo la utilización de dispositivos móviles. Para las salidas en Agropur combinamos procesos de recogida y suministro, con la ejecución de olas que permiten la preparación conjunta en plataformas mixtas de las expediciones a realizar en un día, con servicios de valor añadido (corte, packaging, etiquetado) y disponibilidad para la carga, todo ello con terminales de RF, consiguiendo una gestión completa de pedidos sin papeles.

EWM gestiona Operaciones de Valor Añadido como el pricing, montaje de kits contra orden (operación salida), montaje de kits contra stock (operación interna) y desmontaje de kits en recepciones (operación de llegada).



*der to increase the productivity of its operators and improve the quality of services it provides for its clients, the Agropur Group decided to replace WM with Extended WM. This move allowed the Group to evolve and optimise its workflows and warehouse task sequences, reduce good movements by optimising itineraries through route definition, ensure that it was able to manage large quantities of goods without reducing the speed of the itineraries, manage value-added tasks in real time without paperwork, reduce the number of returns, mailing and handling costs, and so on. In short, the Group was able to evolve thanks to the new functions that only EWM could offer.*

*In particular, Agropur is reaping the benefits provided by greater and more detailed control of all the operations carried out in the warehouse related to incoming and outgoing goods, since EWM makes it possible to represent any storage type on the system (picking, shelving, blocks, etc.), depict work centres and/or internal departments of the warehouse, provide a 2D graphic layout and display storage bin data.*

*Moreover, EWM allows automated warehouses to be controlled from the ERP thanks to its MFS (Material Flow System), which incorporates communication with automated equipment and allows the monitoring of activities and alerts from the warehouse monitor itself, as if it were a router.*

*Picking orders are created based on pre-established rules, which allow the definition of HU (Handling Units) at the warehouse level, defining the Pick&Pack or Pick strategy, establishing the optimum path for the picker, grouping the picking by delivery lines, calculating packages, defining the work centre and printing documents and labels –even using mobile devices. For Agropur's outgoing goods, we combine picking and supply processes by executing waves, which allow all outbound deliveries to be made on any one day to be processed together on*



Agropur se ha convertido en la primera empresa a nivel mundial que ha apostado por la funcionalidad del Labor Management, con el objetivo de dotar al responsable del almacén de unas herramientas que le permitan gestionar de manera más eficiente tiempos y recursos, haciendo a su vez que el almacén sea más productivo gracias a la capacidad de planificar, medir, analizar y simular actividades de trabajo que aporta.

Pero la compañía también ha optimizado la gestión de stocks y otras capacidades como la medición del trabajo y KPIs. Esta es una característica diferenciadora de EWM, que hace posible el seguimiento del personal a lo largo del día y medir el rendimiento en base a tareas individuales, capturar tiempos directos versus indirectos, interfaz con HR para el control de tiempo y presencia y consiguiente compensación e incentivos. Permite definir correctamente el recurso (procesador y recurso), medir los servicios (KPI builder), los KPI pueden desencadenar alertas y desde el cockpit monitorizar los KPI en modo gráfico.

Para mí, es especialmente gratificante ver cómo, en los proyectos de EWM, itelligence utiliza un enfoque centrado en los objetivos del negocio, con el diseño de soluciones que satisfacen las necesidades del cliente, centrándonos al mismo tiempo en los operarios del almacén con la utilización de las transacciones de RF, fáciles e intuitivas y que se correspondan con los procesos físicos para facilitar la gestión del cambio y sin olvidarnos en ningún momento de la funcionalidad estándar de SAP y de las oportunidades /capacidades de mejora que aportan nuevas versiones de SAP.

*mixed platforms, with value-added services (cutting, packaging, labeling) and availability for loading, done using RF terminals, achieving a comprehensive and paperless order management process.*

*EWM manages Value-Added Service (VAS) orders such as pricing, assembling make-to-order kits (good issue), assembling make-to-stock kits (internal order) and disassembling kits on receipt (goods receipt).*

*Agropur has become the first company worldwide to implement Labor Management to provide its warehouse managers with tools that allow them to manage time and resources more effectively, while simultaneously ensuring that the warehouse is more productive, thanks to the capacity it offers for planning, measuring, analysing and simulating work activities.*

*Furthermore, the company has also optimised its stock management and other capabilities such as work measurement and KPIs. This is one of EWM's innovative characteristics: it makes it possible to monitor staff over the course of a day and measure productivity based on individual tasks, record direct times versus indirect times, interface with HR to control time, attendance, pay and incentives. It allows resources to be correctly identified (processor and resource), services to be measured (KPI builder), allows KPIs to trigger alerts and monitor the KPIs in graphic mode from the cockpit.*

*In my opinion, in the case of EWM projects, it is especially gratifying to see how itelligence focuses on business objectives, designing new solutions that satisfy the client's needs, while simultaneously focusing on warehouse operators using easy-to-use, intuitive RF transactions that match the physical processes being carried out in order to facilitate change management, not forgetting the standard SAP functions and the opportunities and potential for improvement which new versions of SAP provide.*





Con **NorthgateArinso** **usted**  
puede disponer de más **tiempo**  
mientras **nosotros** nos ocupamos de la  
**gestión** de sus **nóminas**

Excelencia en RR.HH.

Consultoría de RR.HH. | Outsourcing de RR.HH. | Tecnología de RR.HH.





**María José López**, Responsable de la Dirección de Planificación, Control y Gestión Administrativa de Personas y Organización de Repsol

## “Tenemos una gran oportunidad para innovar y replantearnos los modelos organizativos y las formas de trabajo, apoyándonos en los desarrollos tecnológicos”

La carrera profesional de esta Licenciada en Químicas se ha desarrollado íntegramente en Repsol YPF, donde ha ejercido diferentes funciones en diversas áreas de negocio. Desde hace dos años lidera la Dirección de Planificación, Control y Gestión Administrativa de Personas y Organización de Repsol, de la que dependen servicios como la Administración de Nóminas y Beneficios sociales, la Oficina de Contratación Laboral o la Atención al Empleado. Con ella hablamos precisamente de la gestión de Recursos Humanos y del papel que la tecnología juega en este tipo de actividades.



### ¿Qué retos se marcó al asumir su cargo?

Uno de los principales retos era mejorar la gestión de la información sobre personas de la compañía, con el fin de poder utilizarla con mayor fiabilidad para la toma de decisiones tanto operativas como estratégicas. Otro, impulsar la mejora de nuestros procesos administrativos para dar soporte de forma sencilla, estandarizada, fiable y eficiente a los distintos trámites que comporta la vida profesional.

**Y en lo que respecta a Planificación, nos centramos en sistematizar la identificación de las necesidades de la compañía a medio/largo plazo en relación con las personas, las competencias y las capacidades críticas.**

También coordinamos algunas de las acciones transversales que contribuyen a alcanzar el posicionamiento deseado, liderando los programas de Diversidad y Conciliación.

**Son conocidos por ofrecer un amplio abanico de posibilidades que maximizan el desempeño de sus empleados. ¿Cuáles destacarías?**

La formación, la movilidad y las evaluaciones del desempeño y del potencial son nuestros principales mecanismos para la gestión del

desarrollo. La clave no está en el “qué”, sino en el “cómo”, y siempre garantizando la igualdad de oportunidades de todos los empleados. La posibilidad de desarrollar una carrera profesional en el ámbito internacional también constituye un atractivo para un determinado perfil de personas.

**¿Es necesario reforzar el talento con formación? ¿Qué planes formativos contempla la compañía?**

Entendemos por formación todo proceso de aprendizaje por el cual una persona se hace más competente en el desempeño de su trabajo e incrementa su potencial para ocupar puestos de distinta responsabilidad. Invertimos muchos recursos en ella, más de 34 horas al año por empleado.

El Centro Superior de Formación se vertebra como un soporte estratégico para conseguir los objetivos de negocio de Repsol, impulsando la atracción, el desarrollo y la retención del talento de sus empleados. En él se realizan los Programas Máster para Nuevos Profesionales en Exploración y Producción de Hidrocarburos, Refino, Petroquímica y Gas.

**Desde su experiencia en el sector, ¿cuál será el futuro de los departamentos de Recursos Humanos?**



*María José López, Director of Planning, Control and Administrative Management – People and Organisation, Repsol.*

## **“We have a major opportunity for innovating and rethinking organisational models and work methods, using technology developments to support us”**



*This Chemistry graduate has spent her entire professional career at Repsol YPF, where she has held different positions in various business areas. For years now, she has been running Repsol's Planning, Control and Administrative Management department of the People and Organisation division, which is responsible for services such as payroll administration and employee social benefits, labour relations and employee service desk. We spoke with her about HR management and the role that technology plays in this area.*

### **What challenges did you face when you took the position?**

*One of the main challenges was to improve how employee information is managed in the company in order to use such data in a more reliable way for better operational and strategic decision-making. Another target was to make improvements within our administrative processes, in order to simplify, standardise and provide reliable, efficient support for the procedures involved in labour relations.*

### **Regarding Planning, we focus on creating a system to identify the company's HR needs in terms of critical skills and abilities on a medium/long-term basis.**

*We also coordinate some of the transversal actions that help us to achieve the desired positioning, leading the Diversity and Work-Life Balance social programmes.*

### **Repsol is known for offering a wide range of means for maximising your employees' performance. Which ones would you highlight?**

*Providing training, mobility, and assessing employees' performance and potential are our key mechanisms for managing professional development. The key is not to focus on the 'what', rather on the 'how', and on always ensuring equal opportunities for all employees. Furthermore,*

*the possibility of developing a professional career within an international sphere also is a lure for some professional profiles.*

### **Does talent need to be reinforced with training? What training plans does the company have in place?**

*We see training as the entire learning process through which a person becomes more competent in performing their work and increases their potential to occupy other positions of differing responsibility. We invest numerous resources in training, providing more than 34 hours of training per employee each year.*

*Repsol's Higher Training Centre (CSFR) is designed as a strategic support to help achieve Repsol's business objectives, aiming to attract, develop and retain employee talent. It offers Master's Programmes for new professionals in Oil and Gas Exploration and Production, and Oil Refining Petrochemicals and Gas.*

### **From your experience in the sector, what is the future for HR departments?**

*They must be capable of providing added value to the company, reconciling the organisation's medium and long-term needs with employees' expectations of professional development. In the ever-changing world around us, taking fully advantage of all the information available and*

Ser capaces de aportar más valor a la compañía, armonizando las necesidades de la organización a medio y largo plazo con las expectativas de desarrollo de los empleados. En el entorno cambiante que nos rodea, explotar toda la información disponible y poder simular con rapidez el impacto de distintos escenarios de negocio contribuirá a proporcionar a la organización elementos muy valiosos para la toma de decisiones.

Tenemos, además, una gran oportunidad para innovar y replantearnos los modelos organizativos y las formas de trabajo apoyándonos en los desarrollos tecnológicos. Todo esto debería redundar en esquemas de trabajo más flexibles, mejoras en los procesos de toma de decisiones y un incremento del compromiso y la motivación de nuestras personas.

### Fueron pioneros en tratar temas de conciliación y flexibilidad, pero... ¿cómo estructura REPSOL toda su labor en este campo?

Tenemos un Comité de Diversidad y Conciliación, liderado por la Alta Dirección de la compañía, que promueve el desarrollo de 5 programas de ámbito mundial:

- El programa de Teletrabajo permite que, en la actualidad, haya más de 700 personas desempeñando sus funciones parcialmente desde su domicilio.
- El equipo de Jornada laboral propone avances relacionados con la flexibilidad horaria.
- El programa de Gestión del tiempo promueve la eficiencia a través de la adecuada gestión del correo electrónico o las reuniones.
- En el marco de la igualdad de oportunidades entendemos la diversidad como elemento enriquecedor que estimula la innovación y la creatividad, siendo el programa de Integración de personas con capacidades diferentes el más conocido externamente, además de tener un gran respaldo interno.
- El equipo de Adaptación de instalaciones propone mejoras haciendo énfasis en la accesibilidad universal y en la generación de entornos adaptados a las nuevas formas de trabajo cooperativo e interdisciplinario.

Recientemente el Comité ha creado otro grupo dedicado a la gestión de la diversidad cultural, ya que contamos con empleados de más de 70 nacionalidades distintas y operamos en más de 30 países.

### REPSOL tiene externalizada la Gestión de Nóminas y la Administración de Personal desde hace casi 5 años, ¿cuáles son los principales beneficios obtenidos?

Consideramos que es fundamental tener bien sistematizadas y procedimentadas las actividades operativas que se repiten de forma rutinaria. Hacer este ejercicio de forma rigurosa antes de externalizar las actividades saca a la luz oportunidades de mejora muy importantes, básicamente en cuanto a simplificación y homogenización de procesos. La relación de cooperación que tenemos establecida con los proveedores del servicio también es un pilar importante del esquema de mejora, ya que surgen ideas de ambas partes, incluso en procesos muy maduros.

*being able to quickly simulate the impact of different business scenarios will provide the organisation with valuable tools for decision-making.*

*Furthermore, we have a major opportunity for innovating and rethinking organisational models and work methods, using technology developments to support us. All this should make roadmaps more flexible, provide improvements in decision-making processes and increase our employees' commitment and motivation.*



### Repsol was pioneer in dealing with work-life balance and flexibility issues, but how does Repsol organise its activities within this field?

*We have a Diversity and Balance Committee, led by the company's senior management, which promotes 5 programmes worldwide:*

- *Our Teleworking programme enables more than 700 people today to perform their job functions partially from their own home.*
- *The Working Day work group proposes steps forward in flexible working hours.*
- *Our Time Management programme encourages efficiency through effective management of email and meetings.*
- *Within the framework of equal opportunities, we understand diversity as an enriching element that stimulates innovation and creativity; our programme for integrating people with different abilities is highly praised outside the company and has major internal backing.*
- *The Facilities Adaption working group proposes improvements that place special emphasis on universal accessibility and create environments that are adapted to new ways of cooperation and interdisciplinary work.*

*Recently, the Committee has created another work group for managing cultural diversity, as we employ 70 different nationalities and we operate in more than 30 countries.*

### Repsol has been externalising payroll management and employee administration for 5 years now. What are the main benefits obtained?

*We believe that having a proper system and procedures for managing routine operational activities is essential. By performing this task rigorously before externalising the activities, we can pinpoint crucial opportunities for improvement, basically to simplify and standardise our processes. The cooperative relationship that we hold with our service providers is also a very important linchpin of our improvement roadmap, as ideas are put forward by both sides, even in very mature processes.*

[erf#—ûla(tésæ≈±tv[«ñ»ó3ã%  
x+&ä/2adj—@5μđap3š7.b  
[Ńî7ç0\*èžmá^∞∂!i-**treeloc**  
êir≈ëyi£ö&fù{g-å×6≈!eúf<  
qstz}~1=|tâñç,j.\_:ž;å>?5ýk%ô  
8\*h¬unj!çeu≥\_àmõ¥<4ó9i1j|c/ø—...  
€√šo~\$βi÷íÿfP€^×4ü)πî<h>3/-  
;ò≤v¿hãcw÷°p,:—

translation and software localization  
your SAP translation partner

València, 264, 3r  
08007 Barcelona Spain  
p +34 932 075 778  
info@treeloc.com  
www.treeloc.com





**Mónica León Santamaría**  
Directora de Business Analytics de Indra  
*Business Analytics Director, Indra*



## Tópicos vs Analytics

El tópico “peligro. Mujer al volante” sigue arraigado en nuestra cultura a pie de calle, a pesar de no contar con ningún sustento objetivo, como lo demuestran los análisis de siniestralidad de las aseguradoras de automóviles, que vienen a afirmar la menor frecuencia accidental y el menor importe de los daños personales y materiales ocasionados por aseguradas al volante.

## Clichés vs. Analytics

*The cliché of “Danger! Woman driver!” continues to be deeply rooted in our everyday culture, despite a lack of objective support, as is proven by claims analyses of car insurance companies, which confirm the lower accident rates and smaller personal and material damages caused by insured women drivers.*



**S**in realizar un análisis sociológico en profundidad, parecen estadísticamente demostrables ciertos rasgos de prudencia, de moderación de la velocidad en el colectivo femenino... pero, como sucede en toda estadística, la generalización esconde una realidad compleja que es posible pormenorizar: el género no resulta el factor de riesgo más determinante a la hora de calcular la prima del seguro de autos. Es decir, entre ellos y ellas, los hay que conducen mejor que otros/as.

La rentabilidad del negocio de seguros está muy comprometida con la correcta selección de los riesgos, donde juegan múltiples variables, de igual modo que el precio del seguro tiende a estar cada vez más ajustado a una valoración compleja del riesgo a asegurar. Si esto es así, la pregunta a hacerse es: ¿cuál es la justa "personalización" del precio final al asegurado?, teniendo en cuenta un negocio basado en la Ley de Grandes Números.

Ese sentido de justicia en la individualización del precio de la prima de seguro tiene sus entusiastas y sus detractores, pero es indudable que cuenta cada vez con más adeptos y adeptas, que practican una conducción más responsable, utilizan su vehículo de manera mucho menos frecuente que la media, lo hacen para transitar por vías de menor tráfico y menor riesgo accidental.... En definitiva, la individualización del precio cuenta con un colectivo más partidario del "pay as you drive" o seguros a medida, que de modelos agregados de cálculo y bonificación (bonus-malus), que son los que la mayoría de las aseguradoras utilizan actualmente.

Es interesante el caso de negocio de una aseguradora que, en un año y medio de vida, ha conseguido captar 100.000 pólizas, posicionándose entre las primeras aseguradoras directas del mercado francés, gracias a una sólida estrategia de negocio basada en la comprensión de las necesidades de sus clientes. Han desarrollado un modelo de comercialización de seguros a medida, basados en el uso de tecnología GPS que permite al asegurador localizar el vehículo asegurado y, con la autorización del cliente, conocer exactamente el número de kilómetros que realiza dicho vehículo en un intervalo de tiempo. Esta información permite finalmente ajustar la prima a pagar en función de la exposición al riesgo, de modo que ciertos clientes que conducen menos, pueden beneficiarse de pagar menos por su seguro.

La favorable evolución de la tecnología de dispositivos de localización de móviles así como la aparición de nuevos fabricantes que contribuyen al abaratamiento de los mismos, se ve acompañada de la mayor capacidad de almacenamiento de datos que dichos dispositivos son capaces de transmitir cada segundo.

Según un reciente estudio sobre la evolución de los dispositivos telemáticos en la industria de la Automoción, a nivel mundial, el 84,6% de los vehículos que se comercialicen en 2016 incorpo-



**W**ithout performing an in depth sociological analysis, it seems to be statistically proven that women have certain traits of carefulness and speed moderation. However, as in the case of all statistics, generalisations hide a complex reality that can be described in detail: gender is not the most determining risk factor when calculating car insurance premiums. In other words, amongst men and women, both include some who drive better than others.

*The profitability of the insurance business is closely tied to proper risk selection, where multiple factors play a role. In addition, an insurance price seems to be increasingly tied to a complex assessment of the risk to be insured. If this is the case, the question we must ask is: What is the proper "customisation" level of the final price for the insurer, considering a business based on the Law of Big Numbers?*

*That sense of justice related to individualised insurance premium prices has supporters as well as critics. However, there is no doubt that it has an increasing number of followers who drive more responsibly, use their vehicles much less than the average, use them to travel on roads with less traffic and lower accident risks, etc. In summary, the concept of individualised prices has more supporters than the "pay as you drive" or customised insurance concepts, which of aggregate bonus-malus calculation models, are the ones used by most insurance companies.*

*Of interest is the business case of an insurance company that, in an 18 month period, has been able to obtain 100,000 policies, positioning itself amongst the top direct insurance companies in the French market thanks to a solid business strategy based on understanding customer needs. The company has developed a customised insurance commercialisation model based on the use of GPS technology that allows the insurance company to locate the insured vehicle and, with the customer's authorisation, know exactly the number of kilometres driven by the vehicle during a period of time. This information allows to finally the premium to be paid in*





rarán sistemas telemáticos de serie. En la misma encuesta, prácticamente la totalidad de compañías aseguradoras de automóviles del mundo tienen previsto realizar o ya está realizando hoy alguna experiencia piloto o programa orientado a personalizar productos y servicios para sus clientes asegurados, además de una personalización de la prima que podría tener en consideración nuevos parámetros como la velocidad, el tipo de vías por las que se circula, el horario, la distancia media, etc... Pasaríamos al concepto del “pay HOW you drive”.

Nada de esto será posible si las aseguradoras no son capaces de, además de almacenar gigantescas cantidades de datos, analizar en profundidad y explotar el conocimiento extraíble de dichos almacenes.

SAP ha desarrollado su propia estrategia de aceleración de análisis de grandes volúmenes de datos, apoyándose en tecnologías “memory computing” posibilitando la toma de decisiones en tiempo real. Así surge SAP HANA (High Performance Analytics Appliance) como plataforma que aporta al analista de negocio toda la información necesaria para desarrollar un auténtico programa de personalización de servicios de valor hacia el cliente final.

INDRA encuentra en SAP HANA un buen aliado para ofrecer a las aseguradoras una solución integrada de individualización de información para la personalización del precio del seguro del automóvil, añadiendo valor con el conocimiento profundo de la problemática y requisitos del sector. Se incorporan otros componentes de funcionalidad como son los sistemas expertos de calidad de datos, que asegurarán la consistencia de la información unificada por persona, la geolocalización que facilitará el análisis espacial de información asociada y todas las interfaces de explotación analítica en tiempo real que facilitan la disponibilidad de la información clave de negocio a diferentes niveles de la Organización y generan acciones inmediatas de respuesta o propuestas de contenidos y servicios de alto valor hacia el cliente final.

*accordance with the risk exposure, in such a way that certain customers who drive less can benefit from paying less for their insurance.*

*The favourable evolution of mobile localisation technology devices and the appearance of new manufacturers that contribute towards lower prices are accompanied by the greater data storage capacity that these devices are able to transmit each second.*

*According to a recent study on the evolution of telematic devices in the automotive industry, on a worldwide level, 84.6% of vehicles commercialised in 2016 will include standard built-in telematic systems. In the same survey, nearly all the car insurance companies in the world plan on or are already implementing a pilot programme aimed at customising products and services for insured customers, as well as customised premiums that could consider new parameters such as speed, the types of roads travelled, times, average distance, etc. We would shift towards the “pay HOW you drive” concept.*

*None of this will be possible unless insurance companies are able, aside from storing amounts of data, to analyse in depth and use the knowledge that can be extracted from these warehouses.*

*SAP has developed its own analysis acceleration strategy for large volumes of data, based on “memory computing” technologies that make it possible to make decisions in real time. This is how SAP HANA (High Performance Analytics Appliance), a platform that provides business analysts with all the necessary information for developing a real customised service programme of value for end customers, came to be.*

*INDRA has found in SAP HANA a good partner for offering insurance companies an integrated individualised information solution for customising car insurance prices, adding value to the in depth knowledge about the industry’s requirements and issues. Other functionality components are added, such as expert data quality systems that will ensure information consistency unified by each person, the geolocalisation provided by the associated spatial information analysis, and all the analytical operations interfaces in real time that allow the availability of key business information in real time to different levels within the organisation as well as the generation of immediate response or proposal actions with high value contents and services for end customers.*





# integra

soluciones de gestión de recursos humanos

Soluciones

## Consultoría SAP HCM

- Implantación de Soluciones SAP HCM
- Servicio de Soporte SAP HCM
- Análisis de Procesos de RRHH

## Portal de RRHH

- Herramientas de autoservicio basadas en tecnología SAP Netweaver

## Consultoría Estratégica

- Maximizar la eficiencia de Gestión de RRHH
- Optimizar el nivel de servicio

## Preconfigurado de Nómina

- Reducción de costes operativos
- Instalación Rápida
- Coste razonable

## Herramienta de Retribución Flexible

- Mejorar la percepción dineraria de los empleados de forma voluntaria, sin aumentar costes para la empresa

Productos SAP HCM

NUESTRAS REFERENCIAS,  
NUESTRA MEJOR GARANTÍA

**Elisabet Espelt,**  
Jefa de producción de treeloc  
*Operations Manager of treeloc*

treeloc



## **Las traducciones del mundo SAP en un entorno femenino**

Treeloc es, desde hace ya muchos años, uno de los tres proveedores en España de traducciones de SAP. Cuando un usuario inicia cada mañana su equipo y selecciona como idioma castellano o catalán, empieza a ver nuestro trabajo. El trabajo de un equipo interno de 25 personas y una red de más de 1.000 colaboradores hacen posible que la suite SAP aparezca traducida. Conozcamos, de la mano de Elisabet Espelt, jefa de producción de treeloc, cómo es el proceso de traducción de SAP y cómo se trabaja en treeloc.

## ***Translation from the SAP world in a female environment***

*Treeloc has been one of the three main SAP translation providers in Spain for many years. When users start their machines each morning and select Spanish or Catalan as their login language, they'll see treeloc's work. An internal team of 25 people and a network of more than 1,000 collaborators make it possible for users to have the SAP suite in their own language. We discover first-hand from Elisabet Espelt, operations manager at treeloc, what the translation process involves and how they work at treeloc.*



**¿Cómo se consigue ser partner lingüístico de SAP?**

SAP lanzó recientemente un programa para regularizar lo que, de facto, se estaba produciendo. Algunas empresas, principalmente proveedoras de traducción de SAP, expandían su mercado y utilizaban su conocimiento para traducir soluciones y customizaciones SAP. Al mismo tiempo, empresas sin conocimiento alguno del entorno SAP ofrecían este servicio. Ante esta situación, SAP creó el programa de partners lingüísticos para dar a los clientes la seguridad de que la empresa elegida sigue los procesos SAP y tiene los recursos técnicos y lingüísticos certificados para dar la mejor solución a sus traducciones.

**Muchas empresas traducen sus propias aplicaciones, ¿qué les diría?**

Les diría que eso es equivalente a permitir que los traductores desarrollen aplicaciones SAP. Una empresa certificada por SAP tiene los conocimientos técnicos y lingüísticos necesarios para traducir aplicaciones y documentación SAP de la forma más rápida y efectiva. Nuestro equipo está formado por gestoras especialistas en

**How do you become a SAP language partner?**

SAP recently launched a programme to regularise what was actually happening in the sector. Some companies, mainly SAP translation providers, expanded their market and used their knowledge to translate SAP solutions and customisations. At the same time, companies without any previous knowledge of the SAP environment offered this service. Faced with this situation, SAP created the language partners programme to provide customers with the security that their chosen company follows SAP processes and has certified technical and linguistic resources to be able to provide the best solution for their translations.

**Many companies translate their own applications. What would you say to them?**

I'd tell them that that's the equivalent of letting translators develop SAP applications!! A SAP certified company has the technical and linguistic knowledge necessary to translate SAP applications and documentation quickly and effectively. Our team consists of project managers who are specialised in SAP translation and experts in





la traducción SAP y expertas en la terminología estándar de SAP. Además, las traducciones siempre las realizarán traductores nativos, licenciados en traducción y, aún así, el coste de un traductor es siempre menor que el de un consultor o programador de SAP, personal que habitualmente realiza estas traducciones.

**Ustedes dicen que su entorno es femenino. ¿A qué se debe y qué consecuencias tiene?**

El mundo de la traducción es principalmente femenino. Históricamente, la mayoría de licenciados en traducción han sido mujeres, por lo que es lógico que, incluso en un entorno técnico como el de SAP, la mayoría de nuestro personal sea femenino. En treeloc, solo 5 de los 25 empleados son hombres. De los tres cargos ejecutivos de la empresa, solo uno es un hombre; esto tiene consecuencias claras: en treeloc la conciliación familiar y laboral viene ya de serie, no hemos necesitado mentalizarnos ni prepararnos. Nuestros trabajadores pueden teletrabajar y adaptarse el horario para conciliar vida laboral y familiar, aquí no se pierden oportunidades por ser mujer. Yo misma concilio mi vida familiar con la profesional: usamos al máximo las nuevas tecnologías y trabajamos desde casa siempre que es necesario. Aún así, todo sigue bajo control: todos los procesos están bien definidos, disponemos de una aplicación que gestiona todo lo que sucede desde que se nos solicita un trabajo hasta que se factura y, además, realizamos reuniones semanales de asistencia obligatoria.

**En España hay cientos de empresas de traducción. ¿Por qué las empresas del entorno SAP deberían escogerles a ustedes?**

En España hay más de mil empresas de traducción. Muchas son tan profesionales como nosotros, algunas son más grandes, pero creo que nuestro punto de distinción es que no solo conocemos el entorno SAP, disponemos de los traductores especialistas que pueden realizar la traducción en el propio sistema, reaprovechando traducciones en el futuro y con la mayor calidad lingüística, sino que también nuestro equipo humano, por nuestro tamaño y filosofía, nos permite estar cerca de nuestro cliente, asesorarle, responder a sus necesidades y caminar juntos hasta que el proyecto llega a su fin.

**Si un potencial cliente tiene una aplicación o documentación para traducir, ¿qué pasos debe seguir?**

Asumiendo que lo que tiene por traducir está relacionado con el entorno SAP debe ponerse en contacto con un partner lingüístico SAP ([http://www.sap.com/partners/partnerwithsap/language-services/index.epx?tab=Translation\\_Services](http://www.sap.com/partners/partnerwithsap/language-services/index.epx?tab=Translation_Services)). En nuestro caso, todas las peticiones de traducción se canalizan a través de nuestro responsable de negocio, Raül Martí ([raul@treeloc.com](mailto:raul@treeloc.com)). Para realizar el presupuesto el cliente deberá indicar si necesita traducir una aplicación o bien documentación, y de qué idioma a qué idioma lo necesita. Si es documentación se le pedirán los originales para analizarlos y, si es una aplicación, se le emplazará a que rellene un formulario de requisitos y, en base a las respuestas, habrá un desplazamiento a las oficinas del cliente para ver el sistema in situ o se le pedirá accesos a un sistema no productivo para hacer un análisis previo. Dependiendo del alcance de la traducción, se solicitará tener un sistema de traducción o se acordará con el cliente exactamente en qué sistema (no productivo) se realizará la traducción. Una de las fases más importantes de la traducción de una aplicación SAP es el análisis de requisitos, no siempre sencillo, para poder proporcionar un presupuesto final.

*standard SAP terminology. Furthermore, the translations are always performed by native translators who are graduates in translation. Apart from that, the cost of a translator is always less than that of a SAP consultant or programmer, the ones usually delegated the task of translating in-house.*

**You say that your work environment is mostly female. Why is this and what does it mean?**

*The world of translation is predominately led by women. Historically speaking, most translation graduates are female, so even in a technical environment like SAP, it goes without saying that most of our staff are women. At treeloc, only 5 out of our 25 employees are men. If we take the three senior positions in the company, there is only one man. This has clear consequences. At treeloc, balancing family and professional life goes with the territory; we haven't needed to struggle to overcome it or prepare ourselves for the situation. Our employees can work remotely and adapt their working hours to balance their family and working life. No opportunities are lost here if you are woman. I try to balance my family and work life in the same way. We use new technologies as much as possible and we work from home whenever it is necessary. That being said, everything is still kept under complete control: all the processes are well defined, we have an application that manages everything that happens, from when a translation is requested until when it is invoiced. Furthermore, we hold weekly meetings that everyone must attend.*

**In Spain, there are hundreds of translation companies. Why should companies in the SAP environment choose you?**

*In Spain, there are more than a thousand translation companies. Some are as professional as us, others are bigger, but I think the point that sets us apart from the rest is not only are we fully versed in the SAP environment (we have specialist translators that can translate within the system itself, reusing translations in the future and achieving better overall linguistic quality), but also our team, our size and our philosophy allows us to work closely with our customers, advise them, respond to their needs and accompany them throughout the project cycle until it is successfully completed.*

**If a potential customer has an application or documentation that they want to translate, what steps should they follow?**

*Assuming that the application or document is related with the SAP environment, they should contact a SAP language partner ([http://www.sap.com/partners/partnerwithsap/language-services/index.epx?tab=Translation\\_Services](http://www.sap.com/partners/partnerwithsap/language-services/index.epx?tab=Translation_Services)). In our case, all translation requests are channelled through our business manager, Raül Martí ([raul@treeloc.com](mailto:raul@treeloc.com)). To create an estimate of the cost involved, the customer needs to indicate whether they want to translate an application or documentation, the language from which they need to translate and the desired target language. If the project involves documentation, they'll be asked for the originals so that we can analyse them. If it is an application, they will be asked to fill in a requirements form. Based on their answers, we will either visit the client's offices to see the system on site or request access to a non-production system to carry out a prior analysis. Depending on the scope of the translation, they will be asked to create a translation system or we will agree on with the customer which system (non-production) will be used to carry out the translation. One of the most important stages when translating a SAP application is the requirements analysis, which is not always an easy task, in order to provide a final quotation.*



EVENTO

# La Gestión de la Experiencia del Cliente como Factor Estratégico



Adobe Systems y Seidor te invitan a conocer, el próximo día 24 de Noviembre a las 12:30h. en Madrid, las soluciones líderes para la gestión de la experiencia del cliente. Concluiremos el acto con una exquisita cata de vinos y quesos selectos.

**Regístrate ahora**

Escribe un e-mail a [marketing@seidor.es](mailto:marketing@seidor.es) indicando tu nombre, apellidos, empresa, cargo, e-mail y teléfono. Una vez registrado, nos pondremos en contacto contigo para informarte en detalle del lugar y de la agenda del evento. Plazas limitadas.



“La web es móvil. El mundo es social. Ofrece a tu cliente la mejor experiencia en el momento preciso”.



Un proyecto liderado por mujeres y dtm

*A project headed by women and dtm*

## **EHS + HCM + PM = Integración total de la Prevención de Riesgos Laborales**

La implementación de nuevas soluciones para optimizar la gestión de una gran empresa parece complicada, más si cabe en una compañía como Azucarera que cuenta con diferentes localizaciones, plantas de fabricación y oficinas, y que cuenta con un alto volumen de datos y gestión documental compleja. Azucarera y dtm han llevado a cabo en un corto espacio de tiempo la implantación de SAP EHS proporcionando a la empresa una solución completa y eficaz.

**A**zucarera S.L., es la compañía líder en producción de azúcar en España, y forma parte del Grupo AB Sugar, segundo productor de azúcar del mundo. Con más de 2.000 empleados distribuidos en diversas fábricas por toda España, la empresa ha apostado siempre por la gestión de la calidad como factor determinante de su desarrollo sostenible, competitividad y adecuación al entorno social.

dtm, compañía especializada en soluciones de Recursos Humanos, cuenta con un capital humano con elevada experiencia en la implantación de aplicaciones SAP HCM en grandes empresas nacionales e internacionales. Con un claro enfoque global, dtm ha realizado con éxito proyectos en mercados como

Reino Unido, Suiza o Arabia Saudí. El elevado conocimiento, el compromiso con el proyecto, la orientación a resultados y la vocación de servicio al cliente, son características que hacen de dtm un partner que aporta un valor añadido diferencial.

Como parte de esta gestión de la calidad, la Prevención de Riesgos Laborales ha sido uno de los ámbitos en los que Azucarera centra sus esfuerzos, buscando las herramientas y procedimientos que permitan un estricto cumplimiento de la normativa y una gestión eficiente de los procesos.

## **EHS + HCM + PM = Complete Health & Safety Integration**

*The use of new solutions to optimize processes in a major company seems a daunting task, especially in a company such as Azucarera, which has many factories and offices as well as a large volume of data and complex document management. However, Azucarera and dtm were able to implement SAP EHS in a short period of time, providing a comprehensive and efficient solution for the company.*

**A**zucarera SL is the leading sugar producer in Spain and part of the AB Sugar Group (second largest producer in the world). With over 2000 employees at various factories throughout Spain, the company has always paid close attention to quality management, regarding this as a determining factor for sustainable development, competitiveness and social responsibility.

dtm specializes in human resources solutions and it has considerable experience in the implementation of SAP HCM applications for major domestic and international corporations. Its operations are not confined to a single country and dtm has successfully managed projects in the United Kingdom, Switzerland and Saudi Arabia. Deep understanding, project commitment and the focus on results and customer service are the reasons why dtm delivers superior added value.

As a result of its commitment to quality management Azucarera has devoted substantial resources to occupational risk prevention, seeking the tools and procedures that comply fully with legislation while ensuring efficient process management.

### **Health & Safety**

Compliance with Health and Safety regulations means managing large quantities of information and documentation. Furthermore Azucarera's needs are additionally complex owing to the different production processes and the numerous factory locations.



## Prevención de Riesgos Laborales

El cumplimiento de la normativa sobre prevención supone un manejo de información y documentación muy elevado. Asimismo, Azucarera ofrece una gran complejidad no tan sólo desde la perspectiva de los procesos industriales sino también considerando las diferentes localizaciones de sus plantas de fabricación.

De esta manera, la empresa tenía el reto de encontrar un sistema informatizado e integrado que se adaptara a su realidad cubriendo por completo sus necesidades. Tras analizar diferentes productos del mercado, Azucarera decidió confiar en el Módulo de Prevención de Riesgos de SAP.

### SAP EHS (Environment, Health & Safety)

SAP EHS es una solución específica que nos permite optimizar las funciones de Prevención de Riesgos Laborales y Salud Laboral. La herramienta aporta dos grandes ventajas.

En primer lugar, ha sido diseñada para cualquier tipo de organización que haya asumido con medios propios la gestión de la prevención de riesgos laborales y haya implantado un sistema de gestión normalizado en el área de seguridad y salud en el trabajo.

En segundo lugar, está totalmente integrada con los procesos de Recursos Humanos de SAP, así como con los procesos de mantenimiento y producción.

### Proyecto

El proyecto fue liderado por integrantes de Azucarera, María Ángeles Nogueras (miembro del departamento de IT) y Attma Castaño y Gloria Castells (del departamento de PRL), y el equipo de dtm.

Tras un primer análisis y diseño de los procesos realizado por dtm, se determinó la apropiada adaptación de la solución a los requerimientos de Azucarera.

El proyecto se dividió en dos fases, de tres meses cada una, dando a Azucarera la oportunidad de gestionar sus procesos de PRL en un plazo muy corto de tiempo.

Se han implementado los procesos para la gestión de las Evaluaciones de riesgo, medidas correctoras integradas con avisos de mantenimiento, Gestión de accidentes, Inspecciones, EPI, Planes de emergencias, Gestión de Contratas, Fichas de producto, Gestión de reconocimientos médicos, aptitud médica, y empleados de especial sensibilidad.

Todos los procesos de PRL se integraron totalmente con SAP HCM, lo que permite una gestión mucho más ágil y óptima.

Mediante la implementación del proyecto, también se ha mejorado el acceso del empleado a la información sobre estos procesos mediante su disposición en el portal. Esto ha permitido hacer partícipes a todos los empleados de la importancia de la prevención en la empresa.

Finalmente, se implementaron las herramientas necesarias para la Gestión de la Documentación asociada a todos los procesos.



Parte del equipo de IT, María Ángeles Nogueras, Silvia Flo y PRL: Attma Castaño, Gloria Castells de Azucarera.

*As a result the company faced the challenge of finding a computerized, integrated system that would suit the nature of its organization and cover its requirements in detail. After reviewing the various products in the market Azucarera decided to adopt SAP's Environment Health and Safety Module.*

### SAP EHS (Environment, Health & Safety)

*SAP EHS is a specific solution that optimizes Health & Safety functions. The tool has two major advantages.*

*First, it was designed for any kind of organization that handles its own Health & Safety processes and has implemented a standard management system for health and safety.*

*Second, it is fully integrated with SAP's human resources processes and with the maintenance and production processes.*

### The Project

*The project was headed by people from Azucarera (María Ángeles Nogueras from the IT department and Attma Castaño and Gloria Castells from the Health & Safety department) plus the dtm team.*

*After an initial assessment and process design by dtm, the team adapted this solution to Azucarera's requirements.*

*The project was divided into two phases, each of three months, giving Azucarera the opportunity to manage its Health & Safety processes within a very short period of time.*

*Risk assessment processes were implemented, entailing corrective measures linked to maintenance warnings, accidents management, inspections, PPE, emergency plans, contractors management, product specifications, medical inspections, medical aptitude and especially sensitive employees.*

*All Health & Safety processes were fully integrated with SAP HCM to provide streamlined optimized management.*

## Desarrollo e implementación de SAP EHS en Azucarera

### Opinión de M<sup>a</sup> Angeles Nogueras. IT Manager

Desde el departamento TI primamos la integración y unificación de los sistemas. Actualmente podríamos decir que un 90% de nuestros procesos están gestionados en el entorno SAP. La gestión de los recursos humanos está cubierta con SAP por lo que revisamos la funcionalidad del módulo de Prevención de SAP y vimos que se ajustaba a nuestras necesidades.

En dtm hemos encontrado un partner de confianza, su experiencia en estos ámbitos y los perfiles de los integrantes del equipo nos hicieron decantar por ellos. Hoy seguimos confiando en dtm. Hasta la fecha toda la gestión relacionada con Prevención y Seguridad estaba totalmente fuera del sistema corporativo, cada técnico de prevención utilizaba herramientas Office sin estándares comunes. Hemos conseguido unificar procesos y centralizar la información así como, vincularla al resto de información asociada del empleado que ya residía en SAP.

### Opinión del departamento de PRL

“La implantación de SAP EH&S ha servido para integrar la prevención en la plataforma utilizada por toda la empresa. Asimismo, ha permitido la unificación de los procesos de prevención de todos los centros de Azucarera y la posibilidad de realizar un control y seguimiento preciso de la gestión de la prevención a tiempo real”

Es importante hacer una reseña especial sobre una de las claves de la implantación, que fue la utilización del estándar en un porcentaje muy elevado, realizando ampliaciones únicamente para facilitar introducción de datos por parte de los técnicos de prevención.

### Ventajas del proyecto

El proyecto ha permitido a Azucarera disponer de una plataforma integrada que incrementa la automatización y eficiencia de los procesos de negocio.

La plataforma ofrece una Cobertura Integral de Prevención de Riesgos y Salud Laboral.

Asimismo, también ha logrado facilitar la toma de decisión en base a una información fiable y actualizada.

El sistema ofrece una mayor flexibilidad, facilidad de uso y adaptación. También ha permitido llevar a cabo cambios en procesos de la organización, modificaciones en la normativa de PRL, etc.

El sistema proporciona una total integración con la gestión de recursos humanos y acceso a datos comunes con departamento de Administración de personal, Organización y Formación.

Por último, cabe destacar su fiabilidad e integridad, gracias al único repositorio, a la no duplicidad y al acceso a datos comunes.

### Planes de futuro

Azucarera tiene previsto abordar un proyecto de soluciones analíticas basadas en plataformas de SAP BO. El objetivo es facilitar la toma de decisiones y aportar visibilidad global sobre todas las operaciones asociadas a la gestión de Prevención de Riesgos Laborales y las áreas involucradas.

## Development and implementation of SAP EHS at Azucarera

### Opinion of M<sup>a</sup> Angeles Nogueras. IT Manager

In the IT department we encourage system integration and unification. The SAP environment currently manages 90% of processes. Human resource management was already covered by SAP hence we reviewed the functionality of its Health & Safety module and saw it matched our requirements.

*dtm has proven a trustworthy partner; it was selected based on its experience in this area and its team profile. And our initial trust has been vindicated. Previously all processes were completely separate from the corporate system; each Health & Safety specialist used MS Office tools with no common standard. Now we have unified the processes, centralized information and related it to the other employee information, which was already available in SAP.*

### Opinion of the Health & Safety Department

“Implementation of SAP EH&S has helped to integrate Health & Safety with the common platform used throughout the company. In addition it has also helped to unify processes across all Azucarera’s employment centres and we now have accurate control and monitoring of Health & Safety activities in real time”.

*Employee access to these processes was also improved through the on-line portal. This helps to raise awareness of all employees regarding the importance of Health & Safety.*

*Finally the necessary document management tools were put in place.*

*One of the keys to the success of the implementation was the widespread use of standard features. The platform was only extended to facilitate data input by prevention officers.*

### Project Advantages

*The project provided Azucarera with an integrated platform that increases the automation and efficiency of its business processes.*

*The platform in question covers comprehensive Health & Safety.*

*In addition, it also facilitates decisions based on reliable and up-to-date information.*

*The system provides enhanced flexibility, ease of use and adaptability, and it also helps to make changes in business processes, modify Health & Safety regulations, etc.*

*The system is fully integrated with HR and uses the same data as the personnel management, organization and training department.*

*Finally, it is reliable and comprehensive thanks to a single repository, non-duplication and access to common data.*

### Future Plans

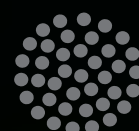
*Azucarera plans an analytical solutions project based on the SAP BO platform. The goal is to facilitate decisions and provide overall visibility of all operations associated with Health & Safety and the areas concerned.*

CONSTANT INNOVATION

# 1<sup>st</sup> SPANISH SAP® GLOBAL SERVICE PARTNER COMPANY

Leading position in Spain within the SAP partner matrix of horizontal solutions providers

- **Spain:** Community of Madrid Academic Management Platform.
- **Spain:** Global management of Applications and Corporate Systems at Aena, BBVA, Canal de Isabel II, Cepsa, Endesa, Gas Natural, PRISA, REE, Telefónica, ThyssenKrupp and Unipapel
- **Spain and Portugal:** Tax Management System at Repsol YPF
- **Spain, Eastern Europe and South America:** Global HR Management Model at the Telefónica Group
- **Zambia:** Integrated Public Expenses Management System
- **Bangladesh:** Management Systems for the Central Bank
- **Peru:** Integrated management of PetroPeru's key business areas
- **Europe, America and Asia:** TMSforHotels ECC 6.0 vertical management solution for hotel chains at Catalonia Hotels, Ginger Hotels and Riu





**Laura Espinosa,**  
Directora de Ventas para el Sur de Europa de WinShuttle  
*Sales Manager for the Southern Europe at Winshuttle*



## Las mujeres al poder: una tendencia creciente en política, economía – ¡y SAP!

Las mujeres del siglo XXI se enfrentan a retos profesionales cada vez más desafiantes. No obstante, su creciente presencia en puestos relevantes es un hecho que también se refleja en el mundo universitario. Laura Espinosa, directora de ventas para el sur de Europa en la compañía WinShuttle, es un ejemplo de una mujer con un cargo relevante en el mercado de las Tecnologías de la Información.

## Women in Power: a growing trend in politics, business – and SAP!

*Women in the 21st century are facing an increasingly challenging career environment. Nonetheless their growing presence at senior levels is a fact reflected in the university world. Laura Espinosa, Sales Manager for Southern Europe at Winshuttle, is a good example of a woman with a relevant position in the Information Technology market.*

**E**l mundo empresarial no es una excepción y, hoy en día, es habitual la presencia de una mujer entre los puestos directivos de grandes empresas, y son numerosos los casos de mujeres que alcanzan estos roles en las compañías TIC.

Laura Espinosa aporta a su actual puesto sus 24 años de experiencia, comenzando en 1983 como becaria en HP, y posteriormente ocupando distintos puestos de relevancia en empresas como Digital Equipment Corporation, Meta4, FileNet, Global 360 y MicroStrategy, lo que le ha permitido adquirir las habilidades de liderazgo necesarias para alcanzar su actual puesto como Directora de Ventas.

“A medida que la tecnología se vuelve más transparente, el foco de las ventas de TI se va desplazando hacia la entrega de valor al cliente y a aportar soluciones para los problemas de negocio con los que se enfrenta el usuario final. Algo para lo que creo que las mujeres jugamos con la ventaja de ser más empáticas, frente a nuestros colegas más enfocados en lo técnico”, comenta Laura. “Me apasiona el hecho de ser un miembro clave dentro de un equipo que se está desarrollando el mercado europeo para un proveedor de software norteamericano con un crecimiento tan notable”, continúa.

**T**he Enterprise field is no exception and, nowadays, it is usual to find women in managerial positions of large companies. There are also a lot of women who reach these roles in ITC organizations.

*Laura Espinosa brings 24 years of experience to her current role as Sales Director, Souther European, for Winshuttle, having starting out as a trainee with HP back in 1983, and then occupying increasingly senior roles with Digital Equipment Corporation, FileNet, Global 360 and MicroStrategy. This extensive career development path, has allowed her to acquire the leadership skills needed as a senior manager.*

*“As technology becomes more transparent, the focus of ICT sales shifts towards delivering customer value and solving business problems for the end-user, something where I think we females have an “empathetic advantage” over our more technical colleagues” said Laura. “I am very excited to be a key member of the team that is developing the European market for a high-growth US software vendor”.*

*So what are the main business challenges that Laura Espinosa faces? “The feature common to most of my territory (that includes Spain, Portugal, Italy and Greece) is the on-going financial crisis. Companies need to focus on being more efficient and effective, increasing revenues whilst reducing costs. Luckily, the Winshuttle value proposition I offer*



Pero, ¿cuáles son los retos de negocio principales a los que Laura Espinosa se enfrenta? “El denominador común en la mayor parte de mi territorio (que incluye España, Portugal, Italia y Grecia) es la actual crisis económica. Las compañías tienen que centrarse en ser más eficientes y más eficaces, en incrementar los ingresos al tiempo que se reducen los costes. Afortunadamente, la propuesta de valor de WinShuttle que yo ofrezco a las compañías responde directamente a esta preocupación”, afirma.

Su compañía facilita la utilización del ERP, ofreciendo productos de software que permiten a los usuarios de negocios trabajar con SAP directamente desde Excel, Access, formularios Web y desde otras interfaces sin necesidad de ningún tipo de programación, permitiendo importantes ahorros en costes. “Además –añade la directiva– nuestros clientes en el mundo utilizan WinShuttle para simplificar su día a día con SAP”.

De hecho, Laura Espinosa está orgullosa de la reciente aparición de WinShuttle en el informe de Gartner “Cool Vendors in the SAP Ecosystem, 2011”, centrado en compañías que proporcionan soluciones innovadoras a los problemas de usabilidad de SAP más frecuentes.

Fundada en 2003, WinShuttle es un SAP Certified Partner y Microsoft Gold Partner. Las herramientas de WinShuttle son

*them directly addresses all of these key business concerns”, she declared.*

*Her company, Winshuttle, is an ERP usability company who provides software products that enable business users to work with SAP directly from Excel, Web forms and other desktop applications, without any programming, resulting in important cost savings. “In addition, our customers use Winshuttle to make their SAP lives easier”, the executive added.*

*In fact, Laura Espinosa is proud of the fact that Winshuttle recently appeared for the first time in Gartner’s “Cool Vendors in the SAP Ecosystem, 2011” report, focused on vendors that provide innovative solutions to common SAP usability issues.*

*Founded in 2003, Winshuttle is an SAP Certified Partner and a Microsoft Gold Partner - and is even being used by SAP as a loading tool for its own client demos. Winshuttle attributes its success to the more than 1,200 satisfied clients who each year process many millions of transactions between Microsoft desktop products and their corporate SAP environment.*

*This executive works in collaboration with other female employees from Winshuttle’s primary Spanish partner, Dawo. Alicia Rodriguez is Dawo’s Sales Manager who, supported by Laura Espinosa, manages the offering and delivery of complete SAP solutions to Dawo’s Spanish customers, while Dawo’s Maria José Blanco provides Marketing and Sales Support to the Dawo/Winshuttle team.*

*Dawo is a certified SAP Service Partner and, since the ‘90s, have*

incluso utilizadas por SAP para la carga de datos en sus propias demos a clientes. WinShuttle atribuye su éxito a sus más de 1.200 clientes satisfechos que anualmente procesan millones de transacciones entre los productos de escritorio de Microsoft y su entorno SAP corporativo.

Esta directiva trabaja en estrecha colaboración con otras empleadas del principal partner de WinShuttle en España, la compañía Dawo. Alicia Rodríguez es sales manager de las herramientas WinShuttle y, con el apoyo de Laura Espinosa, gestiona la oferta y la entrega de soluciones completas de SAP a los clientes españoles de Dawo, mientras María José Blanco ofrece soporte de marketing y ventas para el equipo de Dawo/WinShuttle.

Dawo es Service Partner de SAP y lleva realizando implantaciones de SAP desde la década de los 90, teniendo la máxima certificación en las áreas SAP HCM, RE y BI en el mercado español. Dawo es un partner de WinShuttle desde el año 2010, y la experiencia en numerosas implementaciones de SAP por parte de Dawo y la usabilidad de los productos WinShuttle proporcionan a Laura Espinosa y Alicia Martínez una combinación ganadora para el mercado SAP.

“Contando con el reconocimiento de la industria, y con una propuesta de valor tan atractiva para el mercado SAP contribuir al aumento de la presencia de WinShuttle en el sur de Europa es para mí una oportunidad única y apasionante para poder aportar al mercado soluciones que son útiles y a la vez añaden un valor real, especialmente en la difícil situación económica actual”, concluye la directiva.



Alicia Rodríguez, Dawo Sales Manager

*been delivering SAP HCM, RE and BI solutions to the Spanish market. They have been a Winshuttle partner since 2010 and Dawo's SAP implementation experience and Winshuttle's usability products provide Laura Espinosa and Alicia Martinez with a winning combination to take to the SAP market.*

*“With a multitude of industry accolades and with such a compelling value proposition for the SAP market, helping to grow Winshuttle's presence in Southern Europe is a fantastic and exciting opportunity for me to bring to the SAP market a solution that is both useful and adds real value, especially in these difficult financial times”, she concluded.*

## Pero ¿quién es Laura Espinosa fuera de los negocios?

“Tengo una hija de 18 años que acaba de empezar la universidad este año, y un hijo de 15. Pese a viajar a menudo por asuntos de trabajo, me encanta viajar por placer y lo hago siempre que puedo. Me gusta mucho leer y estoy a punto de acabar la tercera entrega de la serie Millennium. Y también me gusta perderme por Madrid para disfrutar de sus pinchos y tapas.”

Para tener la oportunidad de conocer a Laura y saber más sobre su exitosa carrera de mujer de negocios moderna ¿por qué no hacer una visita a los eventos SAPHIRE NOW y SAP TechEd, que tendrán lugar en Madrid del 8 al 10 de noviembre? Ella estará allí, ocupada dando soporte a su región en el stand de WinShuttle (puesto 726 del Hall 7).

## And what about Laura Espinosa the private person?

*“I have a daughter who is 18 and who has just started University this year, and a son who is 15. Even if I travel a lot for work, I also love travelling for leisure whenever I get the chance. I love reading, and I'm about to finish the 3rd book of the Millennium series. I also like getting lost in old Madrid, enjoying pinchos and tapas.*

*For an opportunity to meet with Laura and explore further her experiences as a successful modern business woman why not plan a visit to the upcoming SAPHIRE NOW and SAP TechEd events that will be taking place in Madrid between 8th - 10th November. She will be busy supporting her regions at the Winshuttle stand (location 726 in Hall 7).*



# Su socio organizativo y tecnológico al servicio de su negocio

Diseñamos e implementamos soluciones de negocio flexibles, ágiles y adaptadas a las necesidades y los objetivos estratégicos de nuestros clientes.

**CONSULTORIA · TECNOLOGIA · OUTSOURCING**



**SAPAS**  
CONSULTING

CONSULTORIA DE NEGOCIO ESPECIALISTA EN SAP

**SAP**® Member  
Extended Business Program

**SAPERION**

**COSTAISA**

**Sapas Consulting**  
Pau Alcover, 52  
08017 Barcelona  
+34 93 458 06 93  
[www.sapas.com](http://www.sapas.com)

**Marta Suñé Manich,**  
Gerente Senior en Single Consulting  
*Senior Manager at Single Consulting*



## Apostando por el futuro

En este monográfico con sello femenino, quiero aprovechar este espacio para compartir mi punto de vista, como profesional de la consultoría y como mujer, sobre el efecto que el imparable movimiento de incorporación de nuestro género ha supuesto para este sector, en general, y para el ecosistema SAP, en particular.

## Committed to the future

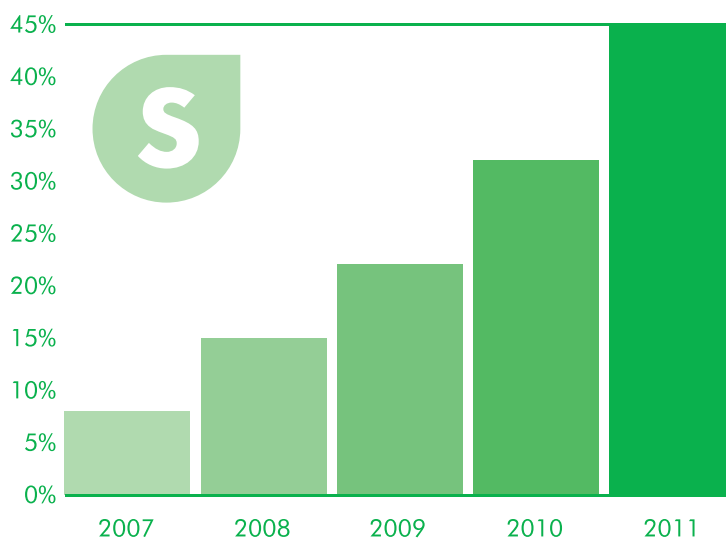
*In this special issue with a feminine touch, I would like to take this opportunity to share my point of view, as a consultant and as a woman, on the effect that the unstoppable movement of our gender into the workforce has meant for our sector, in general, and for the SAP ecosystem, in particular.*

**S**i el impacto de este fenómeno en los primeros años fue básicamente cuantitativo, el aspecto diferencial hoy radica en su salto cualitativo, patente en el acceso cada vez más prolífico de la mujer a cargos directivos y puestos de responsabilidad en las principales empresas de nuestro entorno. Queda aún camino por recorrer, pero no tengo dudas al afirmar que su efecto en este negocio ha supuesto un “ganar-ganar” sin paliativos.

La experiencia de más de una década trabajando codo a codo con compañeras de profesión, compartiendo presión, largas jornadas laborales, alegrías y temores en muchos proyectos e iniciativas, ha generado en mí la percepción que hoy en día tengo sobre el valor añadido que las mujeres aportamos a este trabajo: sentido de la organización, capacidad de planificación, habilidades comunicativas, empatía, intuición para anticiparse a riesgos y a otras situaciones complejas...

Single Consulting, firma independiente de consultoría que nació hace casi 5

**W**hile the initial impact of this phenomenon was essentially quantitative, the difference today lies in its qualitative leap, evident in the increasingly prolific number of women holding senior positions and jobs of responsibility in the main companies in our environment. There is still a long way to go, but I have no doubts in saying that its effect on this business represents a ‘win-win’ situation, without any reservations.



Evolución del porcentaje de mujeres en Single Consulting

*The experiences of more than a decade working side by side with colleagues, sharing the pressure, long working hours, excitement and fears in many projects and initiatives, have led me to recognise the added value that women can contribute to this work: a sense of organisation, planning ability, communication skills, empathy, intuition to anticipate risks and other complex situations...*

*Single Consulting, an independent consulting firm that was set al-*

En este especial, Single no se olvida de la otra cara de este negocio: nuestros clientes. Y en este sentido, ha sido testigo –proyecto a proyecto– del cada vez más destacado papel de la mujer. Por eso, cede la palabra a Patricia Arriola, Directora de Servicios Generales en BBVA-BANCOMER y responsable del proyecto de implantación del Modelo Global GPS en México (Global Procurement System), en el que Single Consulting ha colaborado estrechamente con equipos de ambos lados del Atlántico. La directiva nos da su testimonio e impresiones sobre el proyecto SAP que ha implantado su empresa y que ella ha liderado.

*In this special issue on women, Single hasn't not forgotten the other side of this business: our customers. Along this line, I have been witness—project by project—to the increasingly important role that women play. For this reason, let me hand over to Patricia Arriola, Director of General Services in BBVA-BANCOMER, who is responsible for implementing the Global GPS Model (Global Procurement System) project in Mexico, which Single Consulting has worked on closely with teams on both sides of the Atlantic. The director gives her account and impressions on the SAP project that she has been responsible for implementing in her company.*



años como alternativa real a las grandes empresas del sector, apuesta por este talento, consciente de que en un entorno tan competitivo, estas capacidades, junto con el desarrollo de unos valores de identidad propios, marcarán la diferencia.

### ¿Cuáles fueron los principales retos de su participación en esta iniciativa?

¿SAP? ¿Eso con qué se come?: desde mi experiencia, es complejo liderar exitosamente un Proyecto SAP sin conocer previamente la herramienta. El resultado del diseño del modelo objetivo, dependerá en gran medida de tener identificadas las leyes básicas ‘causa-efecto’ SAPerianas.

Entender los procesos actuales punta a punta y su interrelación... ¿fácil no?: definir el modelo ToBe objetivo no resulta sencillo. Tener la foto adecuada y entender cómo se interrelacionan los procesos es, en sí mismo, un reto importante.

Vale soñar, si SAP te deja...: los key users intentarán trasladar sus procesos actuales a SAP, pero es importante conocer lo que ofrece la herramienta y sus mejores prácticas. Encontrar el equilibrio sin la ayuda de expertos en SAP es prácticamente imposible.

Hágase la voluntad de Dios, en los bueyes de mi compadre...: la labor de Gestión del Cambio es imprescindible. Las áreas en el radar de la Dirección, convencidas o no, cumplirán simplemente por “ser un proyecto del jefe”. Desafortunadamente éstas son la minoría...

La función acaba de comenzar...: toda la organización espera ansiosa el arranque de SAP. Las expectativas son muy altas y lo más duro está por llegar. El arranque marcará el inicio de los verdaderos conflictos, y usted deberá ser muy hábil para distinguir la causa raíz del caos.

### ¿Qué logros profesionales y personales extrae de esta experiencia?

Si te designan líder de un proyecto SAP debes hacerlo bien, pues el “exposure” frente a los altos niveles de la empresa es muy elevado. Liderar un proyecto SAP equivale a hacer maestría y doctorado en pensamiento sistémico, mapeo de procesos, gestión del cambio,

most 5 years ago as a real alternative to the big companies in the sector, is committed to that talent, aware that those abilities in a cut-throat environment, together with developing values of self-identity, will make the difference.

### What were the main challenges in participating in this initiative?

SAP? What do you eat that with? In my experience, it is rather complicated to successfully lead a SAP project without being familiar with the tool first. The result of the target model design will depend greatly on having correctly identified the basic SAP ‘cause-effect’ rules.

Understanding the real end-to-end processes and their relationship... Easy, isn't it? Defining the target ‘To-Be’ model is not an easy task. Having a suitable snapshot of the situation and understanding how the processes interrelate is an important challenge.

Dreaming is ok, if SAP allows you to... Key users will try to transfer their current processes to SAP, but it is important to know what the tool offers and its best practices. Finding a balance without the help of SAP experts is almost impossible.

As the Mexican saying goes: “Hágase la voluntad de Dios... en los bueyes de mi compadre” (May God's will be done... with my neighbour's oxen). The task of change management is essential. The areas under the radar of the Management, whether you believe it or not, will get done by the mere fact of ‘being the boss's project’. Unfortunately, these are a minority...

The function is just starting... The whole organisation is anxiously awaiting the rollout of SAP. Expectations are very high and the most difficult part is yet to come. The rollout will mark the start of the true conflicts and you must be extremely adept in distinguishing the root of the problem in all the chaos.

### What personal and professional achievements have you drawn from this experience?

If they appoint you as leader of a SAP project, you must do it well, as your ‘exposure’ to the senior levels of the company is very high. Leading



administración del tiempo, coordinación de equipos multidisciplinarios e incluso en psicología; por la diversidad de usuarios y conflictos que surgen en el día a día del proyecto. Más allá de la experiencia adquirida, en mi caso particular me ha valido para una promoción importante, al concluir la implantación.

**¿Qué aspectos diferenciales puede aportar una mujer como líder en este tipo de proyectos?**

Capacidad de atender los detalles y prestar atención a muchas cosas a la vez: definitivamente, ser "multitask" y bajar al detalle es algo indispensable y en eso, en general, las mujeres podemos tener ventaja.

**Finalmente, ¿qué recomendaciones haría a una mujer que esté considerando participar en este tipo de proyectos?**

- 1) Leer todo el material de SAP y de los procesos implicados que tenga a su alcance.
- 2) Rodearse de consultores con experiencia, no sólo en SAP, sino en la operativa de su gremio.
- 3) Delimitar roles y responsabilidades de cada uno de los intervinientes.
- 4) Corroborar lo que le dicen los key users en las reuniones y talleres.
- 5) Dedicar energías suficientes a la gestión del cambio
- 6) Ante el caos del arranque, su mejor defensa son los datos duros.
- 7) Aceptar abiertamente cuando hay incidencias importantes y reportarlo a los superiores acompañado de un plan de acción. No se haga la valiente y no trate de tapar el sol con un dedo.

*a SAP project is the equivalent of doing a Master's degree or a doctorate in systematic thinking, process mapping, change managing, time management, multi-disciplinary team coordination and even in psychology, due to the diversity of users and conflicts that arise in the day-to-day running of the project. Beyond the experience acquired, it also led to an important promotion for me on completing the implementation.*

***What differential aspects can women provide as a leader in this type of project?***

*The ability to take care of the details and pay attention to several things at the same time; definitely, being a 'multi-tasker' and still being able to concentrate on the details is indispensable, and generally speaking, women have that advantage.*

***Finally, what recommendations would you make to women who are considering participating in this type of project?***

- 1) *Read up on all SAP material available on processes involved.*
- 2) *Surround yourself with experienced consultants, not just in SAP, but in the operations of the business.*
- 3) *Define roles and responsibilities for each member.*
- 4) *Confirm what key users say in meetings and workshops.*
- 5) *Devote sufficient time and effort to managing change.*
- 6) *When faced with the chaos of rollout, your best defense is the hard data.*
- 7) *Openly accept when there are important incidents and report them to superiors together with an action plan. Do not put on a brave face and try to block a dam with your finger, so to speak.*



Parte del equipo femenino de Single Consulting en BBVA – Proyecto GPS.

**Kim Salter,**

Directora de Operaciones del SAUG (SAP Australian User Group / Grupo de Usuarios Australianos de SAP)

*Operations Manager, SAUG (SAP Australian User Group)*

## “Cualquier cliente que invierta su dinero en software SAP debería formar parte del grupo de usuarios”

Con amplia experiencia en las áreas de Marketing y Ventas, Kim Salter trabajó previamente para Xerox en Canadá, donde se encargó de algunas de las cuentas más importantes, como la Bolsa de Toronto o la compañía Warner Brothers. Posteriormente, se trasladó a Australia y desarrolló su actividad profesional para dos socios de SAP, justo antes de incorporarse al SAUG como directora de operaciones. Con ella hablamos tanto de su labor diaria como de su experiencia en el mundo SAP.

## “Any customer who invests their money into SAP software should be a user group member”

*With expertise in sales and marketing, Kim Salter previously worked for Xerox Canada, managing large accounts such as Warner Brothers and the Toronto Stock Exchange. Kim then moved to Australia taking on roles driving professional activity for two SAP partners before joining SAUG as their Operations Manager. We spoke to her about her professional day to day activities and her experience working in the SAP environment.*

### ¿Cuáles son exactamente sus funciones en el SAUG?

Me encargo de la gestión del equipo operativo del SAUG y colaboro con el comité del grupo en la consecución de los objetivos estratégicos globales. También me ocupo directamente de diversos proyectos, como las iniciativas de influencias y algunos de nuestros acontecimientos de mayor envergadura. Una de las labores esenciales de mi puesto consiste en mantener el grupo SAUG en un lugar preponderante en un mercado cambiante y seguir creando valor para los miembros del grupo.

### ¿Cuáles son sus objetivos del grupo de usuarios en Australia?

En estos momentos, el SAUG está atravesando una época muy interesante debido a la revisión estratégica del negocio que hemos llevado a cabo hace poco. Esto nos ha permitido mostrar optimismo a la hora de reforzar la posición del SAUG en el ecosistema SAP. Un ejemplo

### Which is exactly your role in SAUG?

*I am responsible for managing the SAUG operational team and working with the SAUG committee to achieve our overall strategic goals. I also work directly on a number of projects, including the influence initiatives and some of our larger events. Core to my role is to keep SAUG relevant in a changing market and continuing to build value for our members.*

### Which are your objectives at SAUG?

*This is an exciting time for the SAUG as we have recently undertaken a strategic review of the business. As a result of this we are optimistic about strengthening SAUG's place in the SAP ecosystem. One example is how we are expanding our membership base by adding services that address new markets to mirror changes in SAP's strategy. This represents a shift in focus for us. Historically, we have been largely an ERP user*

es el crecimiento del número de miembros del grupo gracias a que hemos añadido servicios que abordan nuevos mercados para reflejar los cambios de la estrategia de SAP. Para nosotros, esto supone un cambio de orientación. Desde siempre hemos sido, esencialmente, un grupo de usuarios de ERP, pero lo cierto es que, ahora, ésta es solo un área más de las muchas en las que trabajamos. El grupo SAUG debe cambiar al mismo ritmo que lo hace SAP. Otros objetivos son crear modelos de patrocinio nuevos, trabajar más eficazmente con SAP e incrementar la repercusión de los programas de influencia, y para lograrlo hemos invertido en personal e infraestructura. Va a ser un año muy ajetreado para el SAUG.

#### ¿Cuál es el enfoque del SAUG en relación con los nuevos temas de la estrategia de SAP “on demand, on premise, on device”?

Actualmente, el equipo del SAUG está trabajando en una serie de iniciativas nuevas que mantendrán a nuestros miembros al día de las últimas soluciones; para ello, estamos efectuando una transformación de los panoramas de SAP y los modos de aprovechar estas nuevas tecnologías de gran potencia a fin de beneficiar a los miembros del grupo.

#### ¿Cuáles son las expectativas de crecimiento del SAUG?

El SAUG quiere elaborar planes que amplíen los servicios a los que tienen acceso los miembros del grupo. Algunos de estos planes incluyen una presencia online mejorada, foros de redes sociales y más opciones para que nuestros miembros puedan influir sobre la orientación de los productos y tengan acceso a información fundamental. Aumentar el número de miembros también es un objetivo destacado, ya que permitiría a los miembros actuales acceder a una base más amplia de conocimientos y experiencia.

#### ¿Nos puede dar su opinión sobre las herramientas de medios sociales que utilizan en el SAUG?

Los medios sociales son una parte importante de la comunicación con la comunidad SAP. Ahora es más fácil acceder a estos sitios y herramientas, que también han mejorado en fluidez. Los medios sociales han abierto una puerta a información que antes costaba mucho esfuerzo y tiempo encontrar.

#### Háblenos ahora del valor diferencial que representa para los clientes australianos de SAP el hecho de ser miembro del SAUG.

En esto no puedo ser totalmente imparcial, pero creo que cualquier cliente que invierta su dinero en software SAP debería formar parte del grupo de usuarios. Muchos de los clientes de SAP sólo ven los acontecimientos de los grupos de usuarios que se ofertan a lo largo del año. Acontecimientos que, sin duda alguna, brindan maravillosas oportunidades para relacionarse y aprender. Pero no debemos olvidar que los grupos de usuarios están activos los 365 días del año trabajando con clientes de SAP para mejorar el software, la participación de los clientes y el soporte. Muchas empresas no están al tanto de estos programas, que podrían beneficiar enormemente a cualquier empresa, y no pueden acceder a ellos si no forman parte del grupo de usuarios.

#### ¿Qué huella le gustaría dejar en el SAUG?

Me gustaría que me viesen como la persona que abrió puertas y creó oportunidades para los clientes de SAP que no estaban disponibles antes de la fundación del grupo. Ya existía este deseo en el antiguo comité, pero faltaba un equipo que se encargase de llevarlo a la práctica, porque sin él iba a ser muy difícil crecer. Espero que

*group, but we recognize that this is now just one area of many we need to cater for. Just as SAP is changing so must the SAUG. Other objectives are creating new sponsorship models, working more effectively with SAP and increasing the impact of influence programs. As a result we have invested in staff and infrastructure. It will be a busy year for SAUG.*

#### *How SAUG works about new SAP strategy topics “on demand, on premise, on device”?*

*The SAUG team is working on a number of new and ongoing initiatives that will keep our members abreast of new solutions, transforming SAP landscapes and ways to harness these powerful new technologies to benefit our members.*

#### *Which are SAUG growth expectations?*

*The SAUG is looking at plans that will broaden its services to our members. Included in our plans are an improved online presence, better networking forums, increased ways for our members to influence product direction and gain access to critical information. Increasing our membership base is also an important goal as this will allow our current members to access a broader pool of knowledge and experience.*

**“El SAUG fue uno de los primeros grupos de usuarios que se incorporó a SUGEN”**

**“SAUG was one of the first user groups to join SUGEN”**

#### *Give us your opinion about social media tools at SAUG.*

*Social media has and is an important part of networking with the SAP community. There is a fluidity and ease of access to these sites and tools that has been unavailable in the past. It has opened a door to information that was previously difficult and time consuming to find.*

#### *Tell us about the differential value to SAP Australian customers being SAUG members.*

*I am a little bit biased here but I believe that any customer who invests their money into SAP software should be a user group member. Many SAP customers only see the user group events that are on offer throughout the year which of course offer great networking and educational opportunities; however, user groups are active 365 days a year working with SAP customers on improving the software, customer engagement and support. Many companies will not be aware of these programs and will not have access to them without being a user group member – programs which could benefit your company immensely.*



los miembros del grupo se hayan beneficiado del trabajo realizado en los últimos nueve años y espero con entusiasmo sentar las bases de la etapa siguiente.

**Hablemos ahora de SUGEN (SAP User-Group Executive Network). ¿Cuáles son sus expectativas generales respecto a SUGEN y su colaboración con SAP?**

Confiamos en la capacidad de SUGEN como órgano colectivo para dirigir programas con los que nosotros no podemos lograr un efecto a nivel local.

**¿Cuál es el historial del SAUG en SUGEN?**

El SAUG fue uno de los primeros grupos de usuarios que se incorporó a SUGEN. Ya desde las primeras reuniones, los integrantes del SAUG mostraron entusiasmo y vieron una gran oportunidad para interactuar con SAP en un foro nuevo. Esperamos seguir estando activos dentro de este prestigioso grupo global y seguir de cerca su crecimiento y evolución.

**¿Cómo valoran los miembros del SAUG la labor que desempeña dentro de SUGEN?**

Creo que todavía queda mucho por hacer para poder comunicar el valor de nuestras actividades con SUGEN. Ahora estamos mejorando en este aspecto y, pronto, SUGEN se podrá reconocer tan fácilmente como SAUG en Australia.

**¿Cuáles son los objetivos del SAUG en SUGEN?**

Nos gustaría seguir considerando SUGEN como un encuentro de grupos de usuarios que desean trabajar juntos para dar fuerza a la voz colectiva e interactuar estratégicamente con SAP. Esto representa mucha más importancia para los grupos de usuarios de Australia, que es un país aislado, de la que puede representar para algunos de los grupos europeos y norteamericanos que tienen un acceso más directo al corazón de los equipos de SAP.



**“En estos momentos, el SAUG está atravesando una época muy interesante debido a la revisión estratégica del negocio que hemos llevado a cabo hace poco.”**

**“This is an exciting time for the SAUG as we have recently undertaken a strategic review of the business.”**

***What would you like to be your trace in SAUG?***

*I would like to be seen as the person who opened doors and opportunities for SAP customers that were not available to them prior to the formalized operational team being built. The passion was already there within the existing committee but without a dedicated team to execute it, it was always going to be difficult to grow. I hope that our members have benefited from the work that has been done in the last nine years and I look forward to building the next stage.*

***Tell us about SUGEN (SAP User-Group Executive Network). What are your general expectations of SUGEN and its work with SAP?***  
*We rely on SUGEN, as a collective body, to drive programs that are not possible for us to impact locally.*

***Which is SAUG history in SUGEN?***

*SAUG was one of the first user groups to join SUGEN. From its very first meetings, the SAUG were enthusiastic and saw an opportunity for a fantastic new forum to interact with SAP in. We hope to continue to be active in this important Global group as it grows and evolves.*

***How SAUG members appreciate your task inside SUGEN?***

*I feel we still have a long way to go to communicate the value of our activities with SUGEN. We are improving this now and soon, SUGEN will be as easy to recognize as our SAUG name in Australia.*

***Which are SAUG objectives in SUGEN?***

*We would like to continue to see SUGEN as a meeting of user groups who would like to work together to leverage their collective voice and interact strategically with SAP. As an isolated country, this is even more important to us in Australia, than it may be for some of the European user groups who have more direct access to the core SAP development teams.*

## La llamada

*Si no sales al bosque, jamás ocurrirá nada  
y tu vida jamás empezará...*  
(Clarissa Pinkola Estes)

“Esta noche soñé con mi halcón. Viajo en un deportivo rojo. Conduce Eric. Avanzamos a gran velocidad por una carretera comarcal. Es una carretera de montaña. Entonces lo veo. Mi halcón. Reposa sobre el asiento trasero atrapado en una jaula. Atento. Vigilando permanentemente el terreno. Con su presencia intensa sobre el paisaje que busca, incesante, su presa. Me atrae el abismo desnudo de colores en el centro de su mirada. Eric acelera. Ahora veo su cuerpo; espalda gris azulada y blanquecina, con manchas oscuras. Eric acelera. Ahora veo sus patas. Ahora lo veo... ¡Están partidas! Me despierto de golpe. Tengo miedo”.

Es el relato de una mujer en un período de profundo cambio personal. Una mujer, en cuyos sueños, recurrentemente, aparece un halcón lisiado incapaz de remontar el vuelo. Encarna la metáfora del instinto quebrado de la mujer que acecha en la sombra de día y de noche y llama sin permiso a la puerta de los sueños para despartar y recuperar su vuelo perdido.

Es la historia de una mujer hermosa en cuyo relato de vida el tiempo entreteje sutilmente el olvido de sí y entierra su más preciado tesoro: la conexión con su alma de mujer.

### La mujer salvaje y el viaje interior

“Cuando las vidas de las mujeres se quedan estancadas o se llenan de aburrimiento, es hora de que emerja la mujer salvaje” (C. P. Esteés)

Linda Jarosch y Anselm Grün describen catorce imágenes arquetípicas de la mujer: la juez, la protectora, la amante, la madre, la sacerdotisa, la artista, la guerrera, la sabia, la chamana, la profeta, la forastera, la risueña, la reina y la mujer salvaje.

La mujer salvaje tiene que caminar hacia sí misma, tiene que cavar hacia dentro. Ella no teme adentrarse en la profundidad de su alma porque ya no quiere desterrarse a sí misma y sabe que allí, en su propio fondo, encuentra las respuestas que necesita; tocar fondo es doloroso, tocar fondo es morir y, a la vez, es encontrar la tierra fértil que nutre la nueva vida... un fondo que quiere la muerte para volver a la vida.

### El depredador

Volvamos al sueño: ¿Quién encarceló al halcón? ¿Quién lo mutiló? ¿Quién quebrantó su libertad?

C.P. Esteés describe al depredador interno y externo. Los depredadores son fuerzas (personas, circunstancias, hábitos, estructuras de lenguaje, pensamientos recurrentes, etc.) contrarias al desarrollo de la vida y la naturaleza; impiden el desarrollo, la armonía y lo salvaje. Es un sarcástico y asesino antagonista cuya misión consiste en convertir encrucijadas, viajes, voluntades, sueños... en inhóspitos desiertos vaciando el alma de esperanza alguna.

Este poderoso depredador aparece una y otra vez en los sueños de las mujeres y estalla en el mismo centro de sus planes más trascendentales y significativos. Así despoja a la mujer de su naturaleza

## The call

*If you don't go out into the woods,  
nothing will ever happen  
and your life will never begin...*  
(Clarissa Pinkola Estes)

*“Last night I dreamed with my hawk. I am sitting in a red sports car. Eric is driving. Very fast down a country road. A mountain road. Suddenly I see it. My hawk. It is sitting on the back seat trapped in a cage. Painful eyes watching around, staring into the wild; focusing intensely on the landscape looking for its prey. I stare at the colourless abyss in the centre of its gaze. Eric speeds up. Now I can see its body, its bluish-gray and whitish back with dark spots. Eric speeds up again. Now I see it ... I see its legs... both are broken! I wake up suddenly. I am frighten”.*

*This is the story of a woman in a stage of profound personal change; a woman who dreams once in a while with an injured hawk that cannot fly. The hawk embodies the metaphor of the lost instinct of a woman, knocking hopelessly at the door of her dreams, desperate trying to wake her up and take off, into the shiny skies, once more...*

*It's the story of a young beautiful woman where Chronos, Father of Time, subtly buried her most precious treasure: her deepest nature, her pure woman's soul.*

### The wild woman and the inner journey

*“When women's lives are in stasis, or filled with ennui, it is always time for the wildish woman to emerge”.* (C. P. Esteés)

*Linda Jarosch and Anselm Grün describe fourteen archetypes describing the essence of a women: the judge, the protector, the lover, the mother, the priestess, the artist, the warrior, the wise woman, the shaman, the prophet, the outsider, the smiling woman, the queen and the wild woman.*

*The wild woman has to walk towards herself; she must dig deep inside her soul. And the wild woman is not afraid of delving into the depths of her soul because she no longer wishes to banish her own being; she has that knowing deep inside her that she will find the answers she needs. Reaching the very depths is painful; reaching the depths means dying, yet it also means discovering the most fertile ground that will nurture her new life... depths yearn for death in order to reborn.*

### The predator

*Let's return to our dream: Who caged the hawk? Who mutilated it? Who deprived it of its freedom?*

*C.P. Esteés describes the internal and external predator. Predators are forces (people, circumstances, habits, language structures, thought patterns, ...) that hinder the expression of life and nature; they hinder expansion, harmony and wildness. Predators are sarcastic, murderous antagonists which turn crossroads, journeys and dreams into harsh deserts, drying out souls, leaving them without any hope.*

*This powerful predator emerge often in women's dreams, destroying their most transcendental and meaningful plans. Thus, it strips the woman of her instinctual nature. Once the deed is done, it leaves*





## Helmar Rodríguez Messmer

Su formación combina el enfoque empresarial como licenciado en Ciencias Empresariales (UAM), consultor experto de SAP HCM y su base humanista a través de sus estudios de Master en Comunicación No Verbal (U. Alcalá), Master en Oratoria (U. Alcalá), Programación Neurolingüística, Teatro (JC Corazza), Danza, Movimiento Expresivo, Música, Cine (Historia y Estética por U. Valladolid), Constelaciones Sistémicas, Terapia Gestalt (IPG Madrid), Psicología Integrativa (Programa Proto y programa SAT, Dr. Claudio Naranjo).

Responsable Soluciones SAP-HCM SAP Iberia.

Impartición de seminarios de comunicación, liderazgo y oratoria en España, Portugal, resto EMEA y LATAM.

Impartición de cursos de comunicación en los Masters de Coaching, Inteligencia Emocional, Formación Familiar, Comunicación, Oratoria organizados por HUNE para la Universidad Alcalá y Univ Politécnica de Madrid.

Impartición de Cursos en el IE dentro del Programa SAP.

## *Helmar Rodríguez Messmer*

*His training combines his business focus as a graduate in Business Administration (Universidad Autónoma de Madrid), expert SAP HCM consultant and his humanistic base through his Master's degree studies in Non-verbal Communication (Universidad de Alcalá), Master's in Discourse (Universidad de Alcalá), Neurolinguistic Programming, Theatre (JC Corazza), Dance, Expressive Movement, Music, Cinema (History and Aesthetics, Universidad de Valladolid), Systemic Constellations, Gestalt Therapy (IPG Madrid), Integrative Psychology (Proto and SAT programmes, Dr. Claudio Naranjo).*

*SAP-HCM Solutions Manager, SAP Iberia.*

*He teaches communication, leadership and discourse seminars in Spain, Portugal, EMEA and Latin America.*

*He is a lecturer on communication courses of the Master's degrees in Coaching, Emotional Intelligence, Family Training, Communication, Discourse organised by HUNE for the Universidad de Alcalá and Universidad Politécnica de Madrid.*

*He also lectures on Emotional Intelligence courses within the SAP Programme.*





instintiva y, una vez consumado su propósito, la deja insensibilizada y sin fuerzas nutritivas para progresar, sin relato de vida y con sueños rotos.

Como los lobeznos, las mujeres necesitan una iniciación para que aprendan que los mundos interiores y exteriores no siempre son lugares seguros y placenteros. Las mujeres necesitan cuestionar para desenmascarar los depredadores que las aniquilan:

¿Dónde piensas que está esa puerta, y qué podría haber al otro lado? ¿Qué hay detrás de lo visible? ¿Qué hace que esa sombra aparezca en la pared? ¿Qué cosa no es lo que parece? ¿Qué es lo que yo sé en lo profundo de mí que desearía no saber? ¿Qué parte de mí ha sido asesinada o yace moribunda?

Tal y como describe Estés, las mujeres iniciadas necesitan:

- 1- Aprender a discernir; separar sutilmente una cosa de la otra y observar el poder del inconsciente.
- 2 -Aprender algo más acerca de la vida y de la muerte. Desarrollar la capacidad para infundir energía y fortalecer la vida y apartarse del camino de lo que va muriendo.

### Hacia rutas salvajes

El depredador es la fuente que, revirtiendo su poder, señala el camino de vida:

La rabia del depredador puede convertirse en un fuego del alma para realizar una gran labor en el mundo. Con la astucia del depredador se puede examinar y comprender tomando distancia. La naturaleza asesina del depredador puede usarse para matar aquello que debe morir, convenientemente, en la vida de una mujer.

Y cuando la mujer atraviesa sus infiernos y vence a sus depredadores recupera plenamente su instinto e intuición, la escucha incondicionada, el corazón leal de la mujer justa, la sabiduría plena de la tierra como conjunción de ideas, sentimientos, impulsos y recuerdos, la protesta a voces contra la injusticia y una resiliencia inquebrantable, la capacidad para seguir adelante y emprender nuevas rutas cuando apenas queda esperanza.

El viaje de la mujer salvaje es el viaje mítico, el viaje del verdadero Ser, el viaje del renacimiento de la mujer.

Vivir es siempre lo que queda por vivir, vivir es urgente... y como hombres, para adentrarnos en el misterio sagrado de la mujer, para unirnos profundamente con ella, entre cielo y tierra, y crear un nuevo mundo, necesitamos conocer la naturaleza y expresión de ese anhelo de la mujer salvaje, el anhelo de su conexión profunda con el universo, y honrar y apoyar sus sueños con arraigo e incondicional presencia.

*her alone, without any strength to carry on, without any future, just with broken dreams.*

*Like werewolves, women need to learn that interior and exterior worlds are not always safe and pleasant places. Any women must ask deep questions in order to unmask the predators who try to annihilate her:*

*Where is the door, and what will you find on the other side? What lies behind the visible? What makes that shadow on the wall? Which things are not what they seem to be? What do I know deep inside and I wish I did not know? Which part of me has been assassinated or lies dying on the street?*

*According to Estés, women need to:*

- 1- *Learn to distinguish; distinguish the subtle; separating one thing from another and understand the power of the unconscious;*
- 2 - *Learn more about life and death, develop the ability to create energy and strength in their lives, leaving any road which leads only to death.*

### Into the wild

*The predator is a powerful source that can be reversed from shadows into light:*

*The predator's rage can be converted into a great fire of the soul that can fuel an outrageous mission in the outer world. The cunning of the predator can be examined and understood from a distance. The predator's murderous nature can be used to kill that which must necessarily be eradicated from a woman's life.*

*And when a woman walked through her underworld and conquered her predators, she recovers her full instinct and intuition, the capacity to listen unconditionally, the loyal heart of a fair woman, the wisdom of the ages integrating ideas, feelings, intuitions and memories, a strong power against injustice and an unbreakable resilience, the ability to carry on and take new routes when almost no hope remains.*

*The journey of the wild woman is a mythical journey, the journey of the true Self, the journey of the rebirth of the woman.*

*Living is always what remains; living is extremely urgent... We, as men, to be able to dive into the world of sacred mystery of any woman, to be able to completely join her and walk together through any skies, create a New World, and experience unconditional love, we need to get to know the real nature and expression of the yearning of the wild woman, the yearning of her deep connection with nature, with the whole universe, and honour and support her dreams with firm and unconditional presence.*



**Ana Marzo Portera.**  
Abogado/*Lawyer*  
Marzo & Abogados

RINCÓN LEGAL

# **Los hombres son de Android... las mujeres de BlackBerry**

*LEGAL CORNER*

***Men are from Android...  
Women are from BlackBerry***



Que “los hombres son de Marte, las mujeres son de Venus” ya nos lo había contado Jonh Gray en su best seller, pero lo que quizás todavía no nos habían contado es que “los hombres son de Android y las mujeres son de Blackberry”, según reciente infografía publicada por la empresa Inneractive Ltd.

**A**simismo, de un muestreo realizado sobre un porcentaje de la población estadounidense por Pew Research Center & American Life Project, esta entidad ha concluido que las mujeres han sido “significativamente más propensas” a estar en las redes sociales frente a los hombres desde abril de 2009.

Este y otros datos resultan interesantes en un sector, el tecnológico, donde la mujer tiene una presencia minoritaria no sólo como usuaria sino también como profesional. Pero poco a poco parece que se está rompiendo el sentimiento hostil que aparentemente reinaba en las relaciones entre mujeres y tecnología.

Ello no sólo es un paso al frente para las mujeres sino también para la industria del sector en general, y en particular para el sector de la publicidad, que poco a poco va estudiando y analizando el comportamiento de hombres y mujeres a través de Internet.

A pesar de que hombres y mujeres tienen un comportamiento diferente en cuanto al uso de las tecnologías, ellas están ganando cada vez más peso en todos los ámbitos y, por tanto, el estudio de esta evolución está resultando de gran interés para todo tipo de empresas que ven en las mujeres potenciales clientes de tecnología en temas relacionados, no sólo con aspectos más propios del sexo femenino (tales como la moda, belleza o maternidad), sino también con otros temas hasta hace poco impensables como eran los videojuegos.

Esta tendencia está impulsando, por un lado, la existencia de comunidades virtuales exclusivamente dirigidas a la mujer y, por otro, la publicidad segmentada y el análisis de los perfiles.

Los tiempos del marketing mediante el uso de datos meramente identificativos de los destinatarios han pasado a ser historia. Ahora el marketing en Internet demanda la creación de perfiles y comportamientos de personas que apoyarán la toma de decisiones sobre una publicidad completamente personalizada, donde incluso la discriminación del perfil masculino y del perfil femenino será un elemento decisivo.

Europa no cuestiona los beneficios económicos que la publicidad comportamental puede aportar no sólo para las agencias y proveedores de redes sino también para los editores y los anunciantes, pero el marco normativo de protección de datos de la UE considera que las prácticas de publicidad comportamental no deben realizarse a expensas de los derechos a la intimidad y a la protección de datos de las personas.

Aunque la publicidad en línea es una fuente esencial de ingresos para las empresas y un factor importante en el crecimiento y la expansión de la economía de Internet, Europa lo deja bien claro en su Directiva 2009/136/CE (coloquialmente llamada como la Directiva de cookies): resulta capital que los usuarios de Internet reciban una información clara y completa cuando se pretenda ras-

*John Grey already enlightened us some time ago in his bestseller with “Men are from Mars, Women are from Venus”, but something perhaps that we had yet to hear is that “Men are from Android and Women are from BlackBerry”, according to a recent infograph published by the company Inneractive Ltd.*

**S**imilarly, in a survey of the US population carried out by Pew Research Center & American Life Project, the organisation found that women are “significantly more likely” to be on social networks since April 2009 than men.

*This and other such data are rather thought-provoking in a sector—technology—where women only have a minority presence, not just as users but also as professionals. However, the hostile feeling that appeared to rule women’s relationship with technology seems to be slowly dissipating.*

*It does not just represent a step forward for women, but for the industry in general, and for the advertising sector in particular, which is gradually studying and analysing men’s and women’s behaviour through the Internet.*

*Despite men and women showing different behaviour patterns when it comes to using technologies, women are gaining ground in all areas. So it goes without saying that studying this evolution is something of interest to all types of companies which see women as potential customers of technology, not only in traditionally female areas (like fashion, beauty and maternity), but also related with other areas that were unthinkable until quite recently, such as videogames.*

*This trend is driven on the one hand by the existence of virtual communities exclusively run by women, and on the other by segmented advertising and profile analysis.*

*Marketing using purely informative identification data of the target audience is now a thing of the past, as now Internet marketing involves creating profiles and individual behaviour that will support decision-making on completely personalised advertising, where discrimination between male and female profiles will be a decisive element.*

*Europe does not question the economic benefits that behavioural advertising can provide both agencies and network providers and editors and advertisers, but the framework of EU data protection legislation considers that behavioural advertising practices should not be carried out at the expense of privacy and personal data protection rights.*

*Although online advertising is an essential source of income for companies and an important factor in the growth and expansion of the Internet economy, Europe has made the situation quite clear in its Directive 2009/136/EC (colloquially known as the EU Cookie Directive), where Internet users must receive clear and complete information when attempting to crawl and collect the information stored in the user’s computer and on the internet (such as visits to websites, visit duration, contents accessed, habits and others) so that the user gives their consent over the processing of their personal data.*



tratar la información que se almacena en el equipo del usuario y en la red (tal como la relativa a sus visitas a webs, duración, contenidos accedidos, hábitos y otros) a fin de que el usuario emita su consentimiento sobre los fines del tratamiento de sus datos personales que él autoriza.

Bruselas ya ha reclamado a los Estados miembros que informen sobre cómo están adaptando a sus legislaciones internas la Directiva de cookies y amenaza con la apertura de procedimientos sancionadores por el retraso.

En España, el pasado mes de mayo fue presentado el Proyecto de Ley por el que se modifica la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones y se incorpora, entre otras cuestiones, la exigencia para los prestadores de servicios de utilizar dispositivos de almacenamiento y recuperación de datos en equipos terminales de los destinatarios, a condición de que los mismos hayan dado su consentimiento después de que se les haya facilitado información clara y completa sobre su utilización, en particular, sobre los fines del tratamiento de los datos.

En todo caso, aún se trata de un anteproyecto. Pero quizás de nuevo se hace precisa la reflexión de dónde debe establecerse el límite entre la privacidad e intimidad de las personas y las tecnologías y negocios emergentes. En los últimos años las empresas construyen su propia comunidad en las redes sociales y las redes publicitarias configuran perfiles predictivos mediante una combinación de técnicas de rastreo, tecnologías con cookies y programas de captura de datos. Son los nuevos modelos de publicidad en Internet que tan difícilmente concilian con las normas sobre protección de datos personales en Europa.

A pesar de la situación, una cosa es segura. Aunque las mujeres somos un valor en alza para el sector tecnológico y el del marketing comportamental en línea, la ley protege la intimidad y la privacidad de hombres y mujeres por igual.

*Brussels has already called on Member States to report on their progress in adapting the Cookie Directive to their internal legislations and threatens to open sanction procedures for any delays.*

*In Spain, May 2011 saw the presentation of the draft bill that modifies Spanish Law 32/2003 of 3 November on General Telecommunications and includes, among other issues, the requirement for service providers to use data storage and recovery devices in terminal equipment of target users on the condition that these users have given their consent after having been provided with clear and complete information on their use, in particular.*

*In any case, the bill is still under draft, however, perhaps we should examine where the limit between personal privacy and new and emerging technologies lies. In recent years, companies have built their own online community in social networks. Advertising networks configure predictive profiles using a combination of crawling and cookie technology and data collection programs. These new models of advertising on the Internet are based on technologies that involve some type of personal data processing and are difficult to reconcile with current personal data protection legislation in Europe.*

*Despite the situation, we can be sure of one thing. Although we women are a growing value for the technology and online behavioural marketing sectors, the law protects the privacy of both men and women in equal terms.*



## FIRMA INVITADA / GUEST FIGURE



**Mona Biegstraaten,**  
Directora general CIONet España  
*Managing Director CIONet Spain*

## Quién sabe

Desde que comenzamos las operaciones españolas, hace más de dos años, la relación entre CIONet y AUSAPE se ha afianzando progresivamente, y estas entidades se han convertido en socios estratégicos que comparten una raíz de principios y valores, dos de las cuestiones quizá más relevantes del panorama económico de hoy en día.

Además del valor de las personas, como la célula de la organización principal, tenemos en común diversas características, la base y la evolución. Por citar algunos ejemplos, ambas organizaciones intentan difundir conocimientos y buenas prácticas, promover las relaciones entre los actores de la industria y ayudar a construir un futuro en el que la tecnología desempeñe el papel que se merece para llevar la economía por la senda del crecimiento y la innovación que tanto anhelamos.

Uno de los últimos temas que hemos debatido es el de la presencia de las mujeres en las TIC. Dejando a un lado la controversia que, a menudo, envuelve este asunto, el mercado tecnológico de nuestro país siempre ha estado marcado por un predominio de los hombres en todos los niveles jerárquicos y técnicos. La situación se repite en muchas otras economías maduras, aunque algunos países en desarrollo, como la India o Brasil, están contratando un porcentaje cada vez mayor de mujeres en organizaciones de TI.

En la actualidad, aproximadamente el 10% de los miembros españoles de CIONet son mujeres. Banco Popular, Carrefour, Vodafone, Mango y la UNED son algunas de las empresas cuyo cargo de director de informática está ocupado por una mujer, y el número está en crecimiento constante.

Desde la plataforma CIONet, participamos en diversas iniciativas locales para promover este papel. ATI y Red.es son dos de las agencias con las que colaboramos activamente en esta dirección. El próximo mes de noviembre, en la feria de FICOD, contaremos con un espacio exclusivo para compartir experiencias dentro del sector femenino y espolear el interés de las mujeres jóvenes que deseen desarrollarse y forjarse una trayectoria profesional en sectores innovadores. Recuerdo a Neelie Kroes, Comisaria de Competencia de la UE y una de las patrocinadoras de CIONet, cuando afirmaba lo siguiente: *“Lehman Brothers no habría fracasado si hubiese incluido entre sus líderes a las Lehman Sisters”*. Quién sabe.

## Who knows

Since we started our Spanish operations more than two years ago, the relationship between CIONet and AUSAPE has progressively increased, becoming strategic partners with a common root of principles and values, perhaps two of the most relevant aspects in today's economic world.

Besides the people's value, as the main organization's cell, we share many different features and a common ground and evolution. To list a few, both organizations seek to disseminate knowledge and best practices, foster relationships between industry players and help building a future where technology plays the role it deserves, in order to bring our economy to the path of growth and innovation that we all crave.

One of the topics we have discussed most recently is that of women in ICT. Leaving aside the controversy that often surrounds such issue, the technological market in our country has always been characterized by a predominance of men, at all hierarchical and technician levels. That has also been the case in many mature economies, although some developing countries, like India or Brazil, are showing higher percentages of women in IT organizations.

Currently, approximately 10% of our CIONet Spanish members are women. Banco Popular, Carrefour, Vodafone, Mango, UNED are some companies whose CIO is a woman, and the number is steadily increasing.

From CIONet's platform we are participating in numerous local initiatives to promote this role. ATI and Red.es are some of the agencies with which we are actively working in this direction. Next November, at FICOD's fair, we will have an exclusive space to share experiences within the female sector and encourage interest among young women seeking careers and professional development in innovative sectors. I remember an assertion from Neelie Kroes, EU Competition Commissioner and one of CIONet's sponsors, when she mentioned that *“Lehman Brothers would not have failed if it had included Lehman Sisters among its leaders”*. Who knows.





SAP® SystemInspection Service

Saque partido  
a todo su  
potencial

## y adelántese en la carrera.

¿Necesita reducir costes e incrementar la eficiencia de su infraestructura SAP?  
¿Sus sistemas no le están dando toda la potencia que necesita? Si es así, ya tiene la solución: el servicio **SAP SystemInspection de Fujitsu** que, de forma no intrusiva, evalúa los datos de su entorno SAP para darle un informe detallado que le permitirá ver las causas de sus problemas y cómo corregirlos.

¿Aún necesita más? Fujitsu es uno de los exclusivos partners globales de SAP y puede ayudarle a reducir costes con su **servicio gestionado de SAP**, o a mejorar la eficiencia con su **acelerador para BW** y sus **infraestructuras dinámicas** líderes en benchmarks de SAP.

Tenemos la experiencia y el conocimiento para ayudarle. Sólo tiene que llamarnos.

[es.fujitsu.com](http://es.fujitsu.com) , e-mail: [rafael.ocana@ts.fujitsu.com](mailto:rafael.ocana@ts.fujitsu.com)

shaping tomorrow with you







## Administre, analice y movilice la información con las soluciones de movilidad de SAP y Sybase

En cualquier momento, desde cualquier lugar y mediante cualquier dispositivo.

Seidor le ofrece una amplia gama de aplicaciones móviles y la infraestructura subyacente que proporciona una integración insuperable con los sistemas SAP y acceso seguro a los procesos de la empresa.



## Manage, analyze and mobilize information with SAP and Sybase mobile solutions.

At anytime, from anywhere and through any device.

Seidor offers a wide range of mobile applications and underlying infrastructure that provides unsurpassed integration with SAP systems and secure access to business processes.

Descubra cómo se complementan las potentes Soluciones SAP con los dispositivos móviles, y ayudan a las empresas a optimizar su rendimiento.

Infórmese sin compromiso enviando un mail a [marketing@seidor.es](mailto:marketing@seidor.es), indicando su nombre, apellidos, cargo, empresa, e-mail y teléfono.

Discover how powerful SAP solutions extend their reach with mobile devices, and help companies optimize their performance.

For more information send an email to [marketing@seidor.es](mailto:marketing@seidor.es), including your full name, role, company, e-mail and telephone.



[www.seidor.es/movilidadempresarial](http://www.seidor.es/movilidadempresarial)

