

AUSAPE



EN ESTE NÚMERO

Pag 8 - 9

Sesión Magistral AUSAPE
Woman Senior Talent 2.0

Pag 10 - 11

SUGEN F2F Meeting del año

Pag 14 -15

AUSAPE una Asociación Independiente

Somos un referente de la consultoría SAP en el mundo

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

Los números nos avalan:

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



Escanea el QR



inetum
Positive digital flow

Patrocinador Especial Ausape Forum 2023
Patrocinador Gold SAP Sapphire 2023

EDITORIAL

El final de una etapa y el comienzo de una nueva



POR JOAN TORRES

Presidente y vocal de Estrategia e Internacional de AUSAPE. Transgourmet Ibérica

Estimados Asociados,

Esta editorial tiene para mí un significado muy especial ya que es la última que os dirijo como presidente de AUSAPE.

Desde que hace casi dos años los asociados elegisteis a los miembros actuales de la Junta Directiva y ellos me eligieron a mí para ponerme al frente de la Presidencia, hemos tenido la oportunidad de vivir experiencias inolvidables, momentos que ya forman parte de nuestras vidas, encuentros de networking que nos han dado la oportunidad de conocer a grandes profesionales y a grandes personas. El resultado ha sido que la comunidad ha seguido creciendo y además lo ha hecho de una forma natural por el gran valor que aporta. También hay que decir que en este camino ha habido retos que han exigido lo mejor de nosotros, y ahí hemos estado para tomar las decisiones que considerábamos que eran las más adecuadas.

Durante nuestro primer año de mandato trabajamos para recuperar la actividad de la asociación, tras la alteración provocada por la pandemia. Así, volvimos a organizar eventos presenciales, que en algunos casos desbordaron las previsiones de asistencia, y revitalizamos las Delegaciones, dando más protagonismo a nuestros asociados de Andalucía, Aragón, Baleares, Canarias, Galicia, Levante y la zona Norte. También celebramos en Sevilla el Fórum 2022 donde hicimos una nueva apuesta por la formación y el empleo, firmando acuerdos con SAP y entidades formativas, relanzando el Foro Empleo y prestando una atención especial al fomento de la presencia de la mujer en el sector tecnológico.

Destacar el gran trabajo que han realizado los coordinadores de Grupos de Trabajo y delegados. Esta área requiere una atención continua para poder adaptarse a las necesidades constantes de la comunidad. Realmente es de admirar la dedicación que se pone para

poder organizar todas las acciones, el compromiso con el que se trabaja y la gran respuesta de la comunidad.

Hemos seguido avanzando en mejorar la comunicación, la transparencia, la relación con todos los stakeholders con el objetivo de conseguir una asociación que tenga un compromiso fiel de servicio.

En el área internacional AUSAPE mantiene su mejor posicionamiento como miembro del Board de SUGEN (asociación internacional de referencia) y del Comité Directivo de AUSIA (asociación de los países del espacio iberoamericano). Lo más destacado es que estas asociaciones nos permiten tener la posibilidad de compartir retos globales con otras asociaciones para finalmente poder compartirlos directamente con los miembros del Board de SAP.

Durante nuestro segundo año de mandato, (2023), se han alcanzado hitos muy importantes. Haber dado respuesta a una petición histórica de la comunidad que era realizar el Fórum en Mallorca, en el cual se han batido récords de asistencia y participación, y que ha permitido al Fórum consolidarse de manera definitiva como una referencia en España en el sector TIC. La puesta en marcha del Portal de Empleabilidad, con el que queremos crear un punto de encuentro entre los profesionales del futuro y las organizaciones que necesitan especialistas en SAP para sus equipos. El lanzamiento tan esperado de la nueva web y un gestor CRM que nos permitirá, por primera vez, realizar acciones de segmentación y seguimiento. Hemos cerrado nuevos acuerdos de formación con Universidades y Escuelas de Negocio. Seguimos creciendo tanto en asociados de pleno derecho como en colaboradores especiales. Finalmente, y no menos importante, se ha conseguido dar visibilidad a AUSAPE en la web de SAP España y en los contratos con los nuevos clientes de SAP España.

Llega ahora el momento de dar el relevo a nuevos asociados que decidan dar el paso de dedicar parte de su tiempo y de sus energías a pilotar la marcha de la asociación durante los dos próximos años. Desde aquí, os animo a postularos para formar parte de la nueva Junta Directiva de AUSAPE 2024-25. Os puedo garantizar que, pese a las dificultades y el esfuerzo extra que supone, merece la pena poder vivir estas experiencias.

También quiero invitaros a participar en la Asamblea General que tendrá lugar en enero. Será nuestra trigésima asamblea y en ella abordaremos los siguientes pasos a seguir para consolidar el papel central de AUSAPE en la comunidad y convertirla en una asociación de referencia en la industria tecnológica.

Me despido como presidente de AUSAPE dando las gracias a todos los que han sido mis compañeros de andadura durante estos dos años: los demás miembros de la Junta, los coordinadores y delegados, el personal de la Oficina y todos y cada uno de vosotros.

Un fuerte abrazo.

CONSEJO EDITORIAL

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

COLABORADORES

Paz Linares
Ana Encinas
Aida Bautista
Carolina Abundez
Agueda García
Alfonso Hervás
María Conde

DIRECCIÓN

Junta Directiva AUSAPE

DIRECCIÓN DE ARTE
Tasman Graphics

REDACCIÓN

comunicacion@ausape.com

DEPÓSITO LEGAL

M-10955-2007

EDITA
AUSAPE

IMPRIME
Lantegi Batuak

AUSAPE
www.ausape.com

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

AUSAPE, diciembre de 2023

AUSAPE

Pag 03

Entrevista

Pag 18

Jesús Martínez-León, Director de Soluciones e Innovación de SAP España



Pag 20

Miguel de la Calle, Managing Director en Avvale España y Portugal



Pag 22

José Luis Cubero, Coordinador del Nuevo Grupo de Trabajo de Retail de AUSAPE



Y también en este número...

Helmar Rodríguez

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

Ana Marzo

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

Pag 24

Jesus Corrochano Director SAP en Eviden y Responsable Alianza con SAP



Caso de Éxito

Pag 26

En profundidad

Pag 28

El virus de la mente

Pag 44

Reflexiones acerca de la Verdad

Rincón Legal

Pag 46

Con el fin de año empieza la protección de las personas informantes

Firma invitada

Pag 48

Personas Vitamina



04 Con la mirada puesta en la 30ª Asamblea General de AUSAPE

06 Últimas reuniones de los Grupos de Trabajo y Delegaciones para cerrar el año

08 AUSAPE reunió en Madrid a cinco mujeres 'cincuentennials' para hablar de reinención y talento

10 Así transcurrió el segundo SUGEN F2F Meeting del año

12 Presentamos el Fórum AUSAPE y los planes para 2024 a nuestros colaboradores especiales

14 AUSAPE una asociación independiente

16 Nuevos Asociados



Cumplimos 30 años en 2024

¡ASÓCIATE!

Celebra nuestro trigésimo aniversario con nosotros

30

Aniversario
2024

Grupos de Trabajo
Sesiones temáticas/magistrales
Acceso al Portal de empleabilidad
Acuerdos formación
Delegaciones AUSAPE
Fórum
SAP Delegation Days
Colaboración internacional



Visita nuestra web: www.ausape.com



Con la mirada puesta en la 30ª Asamblea General de AUSAPE

El 2024 va a ser un año muy especial para AUSAPE, ya que nuestra asociación cumple 30 años. Y también será el año en el que se celebre nuestra 30ª Asamblea General. El primer gran encuentro de los asociados de AUSAPE en 2024 tendrá, como todos los años pares, un doble carácter. Además de dar cuenta de la gestión del año que acaba de concluir, se elegirá a los siete miembros de la Junta que dirigirá la asociación los dos próximos años.

La 30ª Asamblea General de AUSAPE tendrá lugar el 25 de enero de 2024 en las oficinas de AUSAPE en Madrid, con un formato híbrido por el cual se habilitará un enlace para que los asociados puedan seguirla en streaming.

La Asamblea General es un hito especialmente relevante en la actividad anual de AUSAPE. Por ello, es importante que los asociados participen en la misma, contribuyendo a definir los próximos pasos de la asociación.

Como cada año, se presentarán los informes de gestión y económico que resumen la actividad de AUSAPE a lo largo de 2023, a fin de someterlos a la aprobación de los asociados. Asimismo, se darán a conocer y se votarán las líneas maestras y el presupuesto de la asociación para 2024.

Por otra parte, la Asamblea contará con la presencia de David Pastor Vico, comunicador, docente y experto en ética de la comunicación y en la transmisión de valores. Destaca su labor como divulgador del pensamiento crítico en varias instituciones educativas y medios de comunicación en México y España. La intervención de expertos de diversos campos en las asambleas de AUSAPE es, desde hace años, una manera de ofrecer a los asociados la oportunidad de ampliar sus conocimientos y reflexionar sobre aspectos que trascienden la esfera tecnológica.

Como cada año, se presentarán los informes de gestión y económico que resumen la actividad de AUSAPE a lo largo de 2023, a fin de someterlos a la aprobación de los asociados

Respecto a la elección de la Junta Directiva para el periodo 2024-2026, el 23 de noviembre se abrió el plazo para presentar las candidaturas, que permanecerá abierto hasta el 8 de enero. A mediados de diciembre irán publicándose los perfiles de los candidatos en la web y, el 24 de enero, comenzará el periodo de votación, que concluirá el mismo día 25.

Desde AUSAPE, animamos a todos nuestros asociados a participar en el proceso de renovación de la Junta Directiva. Bien tomando parte en las votaciones, bien, en el caso de aquellos que quieran aportar sus ideas y su experiencia, presentándose como candidatos. ■

AUSAPE

Quién es Quién 2024



Colaboradores Especiales

La única guía que identifica a los mejores socios para los proyectos SAP

Últimas reuniones de los Grupos de Trabajo y Delegaciones para cerrar el año

Los Grupos de Trabajo y las Delegaciones de AUSAPE concluyeron el año 2023 con diversas sesiones presenciales y webinarios. Entre las primeras tuvimos las sesiones del Grupo de Trabajo de Recursos Humanos en Madrid y Barcelona, la reunión de la Delegación de Galicia y el SAP Delegation Day Levante. Hubo además dos reuniones online del grupo de Industria Digital, enfocadas en la sostenibilidad de la cadena de suministro y la movilidad para técnicos de mantenimiento, y webinarios de los grupos de Licenciamiento y Sector Público, con el licenciamiento de BTP y las soluciones de recursos humanos, respectivamente, como temas.

SESIONES PRESENCIALES DE RECURSOS HUMANOS

Con el fin de favorecer el contacto personal entre sus integrantes, el Grupo de Trabajo de Recursos Humanos organizó los días 15 y 17 de noviembre dos reuniones presenciales que complementan a sus webinarios que tienen lugar una vez al mes. Las sesiones del grupo coordinado por Miguel Ángel Gámez y José Domingo Mouriz se celebraron en la sede de AUSAPE en Madrid y las oficinas de SAP en Barcelona, con una doble temática: los aspectos más destacados de la SAP HXM Suite y los cambios legales en el campo de los recursos humanos.

En primer lugar, los especialistas de Inetum repasaron los aspectos básicos de Talent Intelligence Hub, la inteligencia artificial desarrollada por SAP para identificar, gestionar y asignar competencias y habilidades a los empleados de la organización, y la integración de SAP HXM Suite con las soluciones de Microsoft. También hicieron una demo en vivo de SAP Build WorkZone para mostrar cómo proporciona un acceso centralizado y seguro a todas las aplicaciones, tareas y procesos de la compañía, y analizaron la gestión de la experiencia de empleado con Qualtrics.

A continuación, Gema Moraleda, product manager de SAP, expuso los últimos cambios legales anunciados en el ámbito fiscal y laboral. En el caso de la Agencia Tributaria, ha establecido cambios en las claves y subclaves y añadido nuevos campos en el Modelo 345 de planes de pensiones, y ha actualizado el algoritmo de cálculo del IRPF, incorporando el nuevo fichero XML con los datos necesarios para el cálculo. En lo relativo a la Seguridad Social, el Boletín RED 15/2023 añade cuatro nuevos supuestos de situación asimilada a la de alta para trabajadores desplazados a otros países e incluye nuevos tipos de situación en el AFI para los trabajadores desplazados. Moraleda repasó las notas liberadas por SAP al respecto y explicó que están trabajando en la nueva cotización por estudiantes en prácticas y en las retenciones judiciales del salario. Para concluir la sesión, Moraleda y los miembros de su equipo de Soporte respondieron a las preguntas de los asistentes.

LICENCIAMIENTO DE SAP BTP, MÉTRICAS Y CASOS DE USO

Hacer un recorrido por la Business Technology Platform de SAP desde el punto de vista del licenciamiento y las métricas fue el objetivo de la sesión online organizada por el Grupo de Trabajo de Licenciamiento el 7 de noviembre. Más de 150 personas asistieron a la reunión, presentada por el coordinador del grupo, Ricard García, que estuvo dividida en dos partes.

En la primera, expertos de SAP dieron una visión general de los tres modelos de licenciamiento en SAP BTP. Pay-as-you-Go da derecho a conectarse a la plataforma e ir activando los servicios que el cliente necesita. En Cloud Platform Enterprise Agreement (CPEA), el cliente contrata unos créditos que dan acceso a todos los servicios de la BTP y, cada vez que los activa, se le van restando créditos de los que tenía contratados. Y en el modelo de suscripción, se contrata con SAP una serie de servicios con las unidades necesarias. Además, detallaron los principios de licenciamiento de BTP en función del tipo de acceso: acceso directo, Digital Access y SAP Application Access. En la segunda parte, analizaron diferentes escenarios concretos y casos de uso de SAP BTP, para tener una idea más concreta del licenciamiento de la plataforma cuando se hace una integración de procesos con el ERP o S/4HANA.

SOLUCIONES SOSTENIBLES Y MOVILIDAD PARA LA INDUSTRIA DIGITAL

El Grupo de Trabajo de Industria Digital preparó dos sesiones online durante el mes de noviembre, los días 21 y 23. La primera, en colaboración con el Grupo de Trabajo de Sostenibilidad, trabajó sobre algunos desafíos de la industria para ser más sostenible. Ignacio Vicente, coordinador del grupo de Sostenibilidad, introdujo la sesión, que comenzó con una ponencia de SAP en torno a la digitalización de la cadena de suministro a fin de hacerla más sostenible. SAP está trabajando para ayudar a las compañías a dar el paso de la gestión del ERP (finanzas, ventas, manufactura, recursos humanos) al ESG (sostenibilidad ambiental, social y de gobernanza), de la mano de herramientas y soluciones como Responsible Design and Production, Sustainability Footprint Management, SAP Sustainability Data Exchange, Green Ledger o Business Network. Estas soluciones abarcan varios aspectos: economía circular, gestión de la huella de carbono, gestión del intercambio de datos de carbono o trazabilidad de materiales.

Por su parte, desde Siemens presentaron la propuesta de soluciones sostenibles de la compañía para la industria digital y las infraestructuras inteligentes. En la primera, esta propuesta se materializa en la gestión de energía, con Industrial Energy Management Services y el SIMATIC Energy Manager. En infraestructuras, la estrategia de Siemens pone el foco en la descarbonización y eficiencia energética, la eficiencia de recursos y circularidad, y el impacto social.

La segunda reunión de Industria Digital, presentada por su coordinador, Fernando Pozuelo, se centró en la movilidad para técnicos de mantenimiento con SAP Service & Asset Manager. Expertos de SAP y Avvale explicaron cómo los trabajadores de campo y los técnicos de mantenimiento pueden usar esta solución para acceder desde sus dispositivos móviles en tiempo real a todos los datos necesarios para realizar sus tareas, además de obtener información sobre los trabajos realizados directamente en el sistema SAP de su organización. SAP Service & Asset Manager ofrece sistemas en movilidad para el mantenimiento orientados a la gestión de activos y servicios de campo, así como a la gestión móvil de equipos en cliente. A modo de ejemplo, presentaron cuatro casos de uso de SAP Service & Asset Manager en trabajos en la vivienda del cliente, en mantenimiento y trabajos correctivos sobre equipos instalados, servicio técnico a hospitales y laboratorios y actualización de la herramienta de mantenimiento.

SOLUCIONES SAP DE RECURSOS HUMANOS PARA EL SECTOR PÚBLICO

La propuesta de soluciones de Recursos Humanos de SAP orientadas al sector público protagonizó la sesión online del 23 de noviembre. Una sesión presentada por Javier Mediavilla, coordinador del Grupo de Trabajo de Sector Público, en la que pudimos conocer mejor la oferta de SAP, estructurada en torno a SAP SuccessFactors, SAP HCM Private Cloud Edition, HCM for S/4HANA y HCM como parte de la SAP Business Suite. SAP ofrece una experiencia adaptada para cada cliente a través de aplicaciones verticalizadas y aplicaciones específicas de industrias, que incluye a empresas públicas y semi-públicas.

Dentro de los modelos de despliegue, es posible mover gradualmente todas las funcionalidades a un HXM desplegado en la nube, implantando la suite de talento de SuccessFactors y llevando a la nube las funcionalidades core de tiempos y nómina, con un uso opcional de Employee Central como portal del empleado. También se expuso la propuesta combinada de RISE with SAP con HXM, que permite a las entidades públicas estandarizar y automatizar procesos; los beneficios de SAP Readiness Check a la hora de preparar la migración a la nube y las capacidades de inteligencia artificial aplicadas a la gestión de los recursos humanos. Todo esto conduce a la combinación de los recursos humanos y los procesos de la organización en una única plataforma, integrando los datos de plantilla y coste, gestión de personas, experiencia... con los datos financieros, operacionales y de cliente, con una fuente única de datos de recursos humanos y en un modelo común alineado.

REUNIÓN DE LA DELEGACIÓN DE GALICIA

El 15 de noviembre, la Delegación en Galicia de AUSAPE preparó una sesión en las oficinas de Abanca en Vigo, presentada por el delegado Pablo Varela y centrada en SAP S/4HANA. La primera de las cinco ponencias corrió a cargo de Cuviv y planteó el uso de SAP Document and Reporting Compliance para dar cumplimiento a las obligaciones fiscales derivadas de la implementación de la facturación electrónica B2B, que establece la Ley Crea y Crece. Los expertos de Convista, por su parte, realizaron un análisis económico de las alternativas de infraestructura en la migración a SAP S/4HANA.

La presentación de Seidor se centró en los desarrollos Low Code y No Code para la Business Technology Platform de SAP,



mientras que Stratesys abordó el empleo de inteligencia artificial generativa con SAP en procesos de automatización. La quinta ponencia, conducida por Inetum, estuvo dedicada a la analítica avanzada en la nube con SAP Analytics Cloud, que integra funciones de reporting, predicción y planificación.

SAP DELEGATION DAY LEVANTE

El 22 de noviembre tuvo lugar el SAP Delegation Day Levante, en la Escuela Superior de Ingeniería Industrial de la Universitat Politècnica de València. Óscar Valor, delegado de AUSAPE en Levante, y Miguel Ángel Sánchez, subdirector de Alumnado de la Facultad Politécnica de Valencia, presentaron la jornada, en la que cuatro expertos de SAP abordaron temas relacionados con conversión a S/4HANA, evolución de la IA en SAP, facturación electrónica y licenciamiento en RISE with SAP.

En la primera de las ponencias, se analizaron las vías de transición de SAP ECC a SAP S/4HANA, con especial atención a la Selective Data Transition, así como las fases de la conversión, los requisitos de sistema y planificación y las utilidades del Software Update Manager. Todo ello complementado con el caso de éxito de la conversión a S/4HANA en la compañía agroalimentaria Grupo Fuertes. Hubo también una presentación dedicada a la facturación electrónica en España, cuya obligatoriedad establece la nueva Ley Crea y Crece, y que entrará en vigor en 2024.

En el apartado de inteligencia artificial, se repasó la evolución y el enfoque de la IA en SAP, antes de explicar los pilares de SAP Business AI -experiencia de usuario natural, automatización, información, optimización y predicción- y las posibilidades que ofrecerá el nuevo "copiloto IA" de SAP: Joule. Asimismo, mostraron el catálogo de escenarios potenciados por IA que ofrece SAP en todas las funciones empresariales: finanzas, cadena de suministro, compras, CX, recursos humanos... La última ponencia la protagonizó RISE with SAP y su oferta de innovaciones en la nube. El licenciamiento RISE se compone de acceso al Digital Core mediante FUEs, Digital Access, soluciones industriales y de negocio y add-ons de infraestructura, con tres paquetes diferenciados: Base, Premium y Premium Plus. ■

AUSAPE reunió en Madrid a cinco mujeres 'cincuentennials' para hablar de reinvencción y talento

¿Talento femenino?, ¿talento senior?... ¿o talento sin más? Pese a las etiquetas que se le ponen al capital humano y que en ocasiones suponen un freno al desarrollo de ese talento, numerosas profesionales tecnológicas continúan ofreciendo sus capacidades y su experiencia a las organizaciones para las que trabajan, reinventándose y adaptando sus actitudes y aptitudes a los cambios. La Vocalía de Mujer y Tecnología, Formación y Empleo de AUSAPE que dirige Sandra Isart, centrada en fomentar la presencia de la mujer en el mundo tecnológico, quiso dar visibilidad a estas profesionales con la celebración de la Sesión Magistral "Woman Senior Talent 2.0: 'Cincuentennials', reinventándonos".



continuamente, aprender de los aspectos negativos, conocerse a una misma y trabajar la autoestima.

Un proceso de cambio en el que encontró a Alejandra Teves, con la que creó el foro de innovación Innova2gether, que reúne a grupos de directivos tecnológicos para construir nuevos ecosistemas. En el momento de reinventarse, esta especialista en ventas destacó la ilusión que le producía la idea de empezar una nueva vida sabiendo a dónde se quería dirigir. Para ella, es crucial dedicar un tiempo para una misma, para meditar y desacelerar, y darse cuenta de que "no todo vale a cualquier precio", ni en el trabajo ni en la vida personal. Para Teves, "es muy importante tener valentía para hacer cosas". Y aseveró que las mujeres como ellas merecen seguir en activo "porque podemos aportar mucho valor".

La segunda parte de "Woman Senior Talent 2.0: 'Cincuentennials', reinventándonos" correspondió a una mesa redonda integrada por Sandra Isart, que además de vocal de Mujer y Tecnología de AUSAPE ejerce como CIO Corporativa en Nexus Energía;



La sesión se celebró en Madrid el 22 de noviembre, con el patrocinio de Ibermática, integrada actualmente en Ayesa, y estuvo presentada por Sandra Isart y moderada por el comunicador y escritor David Escamilla. Fueron cinco mujeres de más de 50 años las que hablaron de su experiencia real, de valores y de la vida personal y profesional. Todas con un perfil tecnológico pero procedentes de diferentes sectores: energía, farmacéutico, banca, consultoría...

Alicia Ríos Cortiñas, senior IT Pharma Consultant y cofundadora de Innova2gether, y Alejandra Teves, especialista en Ventas de Soluciones de Negocio y fundadora de Innova-Forum, explicaron a los asistentes cómo dieron un vuelco a su vida a los 50 años, partiendo de un rol de profesionales de éxito. Alicia Ríos abandonó el sector farmacéutico tras más de 30 años de carrera con una sensación de "ser dueña de su vida" y con un plan: empezar a hacer cosas que la hicieran feliz. Ríos trasladó un mensaje claro: "Todos podemos reinventarnos", aunque para ello sea imprescindible luchar



Izaskun Onaindia, gerente de Ibermática, y Elena Grande González, proveniente del sector financiero, donde ha formado parte de los consejos de administración de Allianz Seguros, Bizum, Redsys, Diners Club o Banco Santander.

Las tres integrantes de la mesa compartieron sus planteamientos de vida laboral y personal como *cincuentennials*. Para Izaskun Onaindia, su mayor ambición actualmente es "hacer lo que me gusta", más allá del puesto y la empresa. Una idea de autonomía que comparte Elena Grande, que explicó que ahora tiene "unas reglas del juego más propias", lo que implica que "es muy importante que el proyecto al que me incorporo tenga sentido para mí". Grande también valoró el tener retos y comentó que se halla "en proceso de encontrar mi camino", un proceso que considera enriquecedor por sí mismo. Para Isart, que al cumplir 50 años decidió hacer un cambio profesional, el éxito se podría definir así: "Mi logro real es ser feliz en el trabajo".

Un fenómeno inquietante como es la disminución del porcentaje de mujeres en las carreras STEM también se sometió a debate. Como posible causa, Onaindia apuntó que las mujeres de su generación querían demostrar su capacidad para llegar a ser profesionales tecnológicas, mientras que las de la generación actual consideran que no tienen nada que demostrar. Según Isart, actualmente las jóvenes no conectan con el mundo tecnológico menos visible, como puede ser el universo SAP o el de desarrollo de aplicaciones, pero sí les llama la atención el más visible de las redes sociales y los dispositivos de consumo: Apple, Instagram... Para Grande, el motivo estaría más bien en que las estudiantes buscan otro tipo de retos profesionales, mientras que Teves apuntó la falta de atractivo de las condiciones laborales del mundo STEM.

A la hora de hablar de prioridades vitales, Elena Grande aseguró que, en un contexto en el que la vida está sometida a más incertidumbre, los valores personales empiezan a ser más prioritarios. Por su lado, Sandra Isart diferenció tres generaciones: la de sus padres, que daba una gran importancia al esfuerzo; la de las *cincuentennials*, que valora tanto la cultura del esfuerzo como disfrutar de la vida, y la de las millennials y la generación Z, que no valoran tanto el esfuerzo y sufren una precariedad que les quita

alicientes. Un punto este en el que discrepa Elena Grande, asegurando que las nuevas generaciones sí se esfuerzan, pero tienen ambiciones y objetivos vitales diferentes a los de la suya. En este sentido, Onaindia recordó el cambio de la necesidad de "hacer una carrera que tenga salida" de su época a la recomendación de "hacer lo que les guste" que ahora hacen ellas a sus hijos. Como cierre de la sesión, varias de las asistentes compartieron sus comentarios y reflexiones con las protagonistas del evento. ■

Las tres integrantes de la mesa compartieron sus planteamientos de vida laboral y personal como cincuentennials





Así transcurrió el segundo SUGEN F2F Meeting del año

El panel del Core Leadership Team para el periodo 2023-2024 continúa contando con Joan Torres, actual presidente de AUSAPE, entre sus integrantes. El CLT, que seguirá presidido por Gianmaria Perancin, en representación de la asociación francófona USEF, eligió a tres de sus miembros: Kari Halmela, representante del grupo de usuarios finlandés FINUG, que toma el relevo del belga Frank Haes, y Alejandro Bonsignore, de ASUG Argentina, y Philip S. Adams, del grupo británico-irlandés UKISUG, que ya formaban parte del equipo directivo. Continúan formando parte del CLT Reg Barry, de la asociación africana AFSUG, y Per Högberg, de la sueca SAPSA.

AUSAPE tomó parte en el SUGEN F2F Meeting con la presencia de nuestra directora de Operaciones, Paz Linares. Linares intervino en el SUGEN Best Practice Day del 10 de noviembre explicando la estrategia de la asociación para contribuir a la incorporación de la nueva generación de profesionales al ecosistema SAP. Una estrategia en la que, como explicó Linares a los asistentes, el Portal de Empleabilidad AUSAPE tiene un papel central, no ofreciendo empleos sino poniendo en contacto a profesionales cualificados con compañías que están buscando talento SAP.

Entre el 8 y el 10 de noviembre, la SAP AppHaus de Heidelberg y las oficinas centrales de SAP en Walldorf acogieron una nueva edición del F2F Meeting organizado por SUGEN, la red internacional de grupos de usuarios de SAP. El segundo SUGEN F2F Meeting de 2023 se dividió, como es habitual, en tres tipos principales de actividades: los Executive Exchanges con ejecutivos de SAP, las sesiones para tratar temas internos de SUGEN y la puesta en común de mejores prácticas. Asimismo, se eligió a los nuevos miembros del Core Leadership Team (CLT), el equipo directivo de la red.

La segunda parte del Best Practice Day también estuvo relacionada con la manera de aprovechar las herramientas de CRM para mejorar el servicio que dan los grupos de usuarios de SAP a sus miembros asociados y ofrecerles herramientas para ser más ágiles y funcionar mejor. En la demo presentada por la asociación australiana SAUG se pudo ver cómo aprovechan las capacidades del CRM en este sentido, desde módulos de finanzas y de eventos integrados a un gestor de membresías. También utilizan un módulo para gestionar los contenidos del sitio web, un módulo de comunidades y una plataforma de comunicación. Con todo ello

están logrando mejorar la experiencia tanto de asociados como de administradores. Hay que recordar que AUSAPE también está trabajando en su propia herramienta para mejorar la gestión.

En cuanto a los SAP Executive Exchanges, Thomas Saueressig, responsable de Product Engineering, expuso la estrategia de producto de SAP, mientras que Sebastian Steinhäuser, Chief Strategy Officer, habló de la estrategia corporativa. Por su parte, Yasmin Awad, presidenta de Global User Group Organization (GuGO), informó de las últimas novedades en la relación entre SAP y los grupos de usuarios de todo el mundo, que coordina la organización que preside.

La ponencia sobre la estrategia de inteligencia artificial de la compañía corrió a cargo de la directora de la unidad de Artificial Intelligence Product Success, Jana Richter.

El jefe de Producto del área de Cloud ERP, Jan Gilg, trasladó a los participantes en el encuentro la estrategia de S/4HANA del fabricante, y Ritu Bhargava, jefe de Producto del área de Industries & CX/CRM, se encargó del apartado de Industrias y CX. Finalmente, Uwe Grigoleit, vicepresidente del Customer Evolution Program, explicó la estrategia de SAP en lo referente a la transición al cloud.

También hubo un espacio para las denominadas Marketplace Sessions, en las que se dieron a conocer varios casos de uso de inteligencia artificial. La combinación de SAP Build, SAP Integration Suite o SAP Analytics Cloud con soluciones de inteligencia artificial generativa, machine learning... permite integrar la IA en los procesos de negocio, reducir la redundancia de datos y mejorar la toma de decisiones, integrar predicciones en la planificación, obtener respuestas a cuestiones de negocio en lenguaje natural, combinar soluciones low-code e impulsar la productividad. También se mostró el nuevo “copiloto inteligente” Joule, caracterizado por “entender el negocio”.

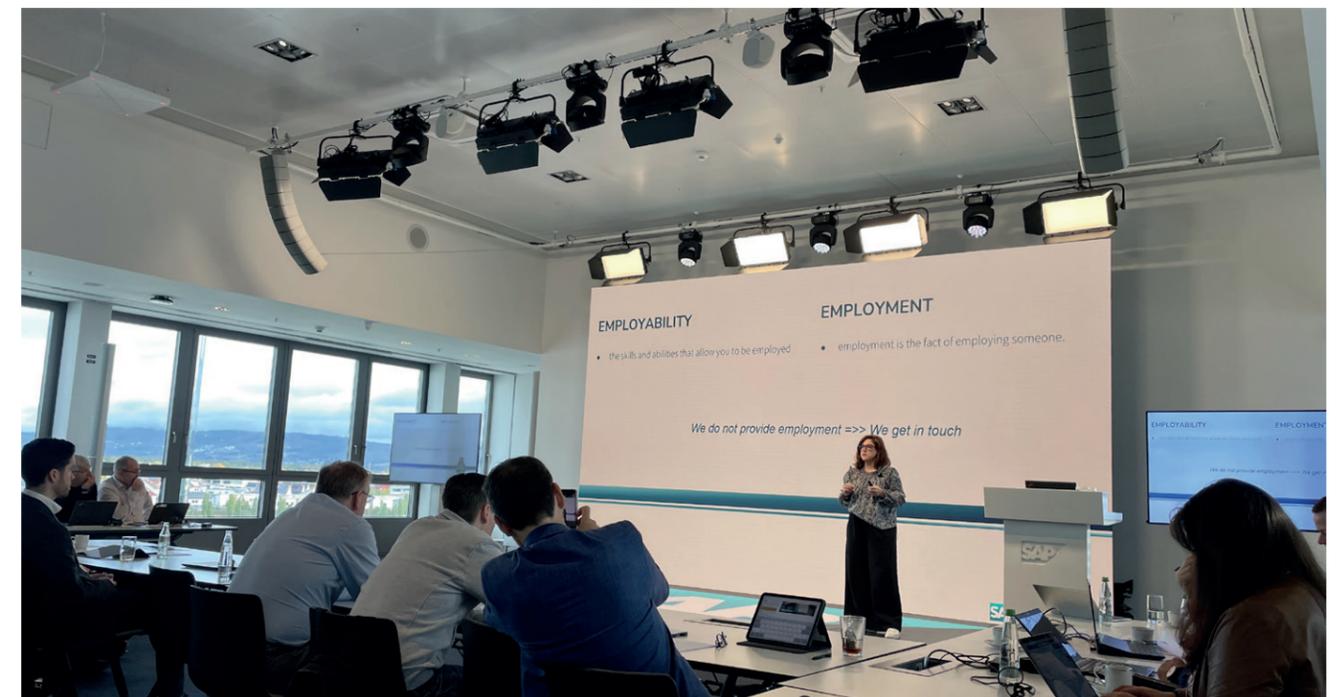
Y, dentro de los temas internos de SUGEN, se abordaron aspectos relacionados con el licenciamiento y la sostenibilidad, además

AUSAPE tomó parte en el SUGEN F2F Meeting con la presencia de nuestra directora de Operaciones, Paz Linares

de presentar el resumen de los Breakouts del F2F de abril. En lo relativo a licenciamiento, los próximos pasos irán en la línea de monitorizar continuamente el impacto del DAAP recopilando comentarios de los miembros del grupo que lo utilizan, compartir estos comentarios con SAP, intercambiar conocimientos y experiencias sobre temas de licencias y auditorías, profundizar en el conocimiento de RISE with SAP para mejorar la propuesta comercial y trabajar con SAP para explorar las opciones de un modelo de licencia basado en el consumo.

En cuanto a la sostenibilidad, se apostará por hacer un seguimiento continuo del impacto del enfoque de sostenibilidad de SAP a partir de la experiencia de los miembros del grupo de usuarios, trasladar estas experiencias a SAP, trabajando en mejorar la propuesta comercial si es necesario, y compartir y profundizar en los conocimientos y experiencias en este campo.

Entre las recomendaciones de los Breakouts, se citaron la creación de un listado de coberturas de SUGEN, organizar la red de un modo más sólido, impulsar la coordinación y colaboración con las asociaciones americana ASUG y alemana DSAG, mejorar la comunicación entre grupos de usuarios, visitar eventos de otras organizaciones con más regularidad, mejorar el uso de Workzone y establecer una estrategia de comunicación externa enfocada en redes sociales. ■



Presentamos el Fórum AUSAPE y los planes para 2024 a nuestros colaboradores especiales

Cada año, AUSAPE mantiene con sus colaboradores especiales una reunión dirigida a ponerles al día de la actividad de la asociación en el último año y avanzarles algunos de los planes para el nuevo ejercicio. En esta ocasión, las reuniones fueron tres: en Barcelona y Madrid los días 20 y 21 de noviembre, más una sesión online el día 24 del mismo mes. De esta forma se intentó facilitar la asistencia de la mayor parte de nuestros colaboradores especiales.

Ana Encinas, directora de Relaciones Institucionales, y Paz Linares, directora de Operaciones, fueron las encargadas de conducir las reuniones, a las que asistieron un total de 40 personas. En ellas se hizo un repaso a la actividad de la asociación y se presentó en primicia el próximo Fórum AUSAPE 2024, que tendrá lugar en Granada los días 29 y 30 de mayo.

La 19ª edición del Fórum coincidirá con la celebración del 30º aniversario de la asociación. Aunque la agenda todavía está en proceso de elaboración, sí se avanzó que, como es habitual, habrá sesiones magistrales y paralelas, un espacio para los expositores y se dedicará especial atención a las actividades de networking, respondiendo a la que es la principal demanda de los asociados, tanto especiales como de pleno derecho.

El lugar elegido para acoger el Fórum AUSAPE 2024 es el Palacio de Congresos de Granada, un espacio situado en el centro de la ciudad que cuenta con dos auditorios con una capacidad total de más de 2.500 personas. Las instalaciones del palacio se completan con salas polivalentes y para seminarios de diferentes tamaños y un hall de exposiciones de 2.400 metros cuadrados. De momento ya están reservadas 850 habitaciones de hotel para la noche del evento y la del día anterior.

Además de presentar el Fórum, en las reuniones se informó de las actividades de los Grupos de Trabajo y Delegaciones, así como



de las acciones complementarias y las relacionadas con formación y empleo y comunicación.

En el caso de los primeros, la cifra de sesiones celebradas en 2023 alcanza el centenar, con una asistencia total de 4.363 personas hasta el 31 de octubre. Encinas animó a los presentes a participar en los Grupos de Trabajo presentando las soluciones que ofrecen y los casos de éxito de sus clientes. También explicó que la asociación lleva a cabo otras acciones, como Días Temáticos, difusión de eventos de partners, sesiones magistrales de innovación, mujer y tecnología...

Dentro del apartado de formación y empleo, destacó el Portal de Empleabilidad, donde los partners de SAP pueden contactar con futuros profesionales certificados para incorporarlos a sus equipos. Hasta mediados de noviembre, ya se han inscrito en el portal 54 empresas y 160 candidatos. En lo relativo a la comunicación, se detallaron las características y el impacto de los diferentes canales de la asociación: Boletín mensual, Boletín de Convocatorias semanal, Revista, guía Quién es Quién y redes sociales. Y se avanzó el lanzamiento de una renovada página web y la puesta en marcha del nuevo espacio de podcasts con entrevistas a asociados denominado AUSAPE Talks. Como cierre de las sesiones, Encinas y Linares respondieron a las preguntas de los asistentes. ■



EVIDEN

En 2023, fortalecimos nuestras capacidades de SAP en Iberia a base de evidencias.

Encontramos 10 nuevos clientes de SAP que confiaron en nosotros para ayudarles.

Vimos como nuestra facturación de SAP creció un 150% con respecto al 2022.

Incorporamos a 50 nuevos profesionales como consultores SAP en España.

Desarrollamos más de 30 proyectos de conversiones, evolutivos y migraciones SAP en España.

Elevamos hasta 223 los Certificados Oficiales Vigentes en SAP de nuestro equipo en Iberia.

Nacimos como marca propia proveniente del Grupo Atos.

Todo esto nos hace seguir mejorando en el camino para ser tu Partner de confianza en SAP para este nuevo año 2024.



¿Quieres más información?
Descúbrenos aquí.



AUSAPE, una Asociación Independiente

AUSAPE es una Asociación Independiente que apoya a sus asociados de pleno derecho y es la cara visible de los intereses comunes de sus miembros frente a toda la comunidad SAP, incluyendo al propio fabricante. Este fue el objetivo cuando AUSAPE se fundó en 1994 y lo sigue siendo ahora que estamos a punto de cumplir 30 años.

AUSAPE es el primer interesado en asegurar que la voz de los clientes de SAP asociados llegue a SAP España y a SAP AG a través de SUGEN. Lo que está claro es que no siempre los intereses de los clientes han estado alineados con los de SAP o bien ciertas decisiones de SAP alineadas con las necesidades de sus clientes, sino que incluso algunas de ellas han sido totalmente contrarias.

A pesar de los cambios de licenciamiento (métricas, paquetes, denominaciones), de la creación de nuevos modelos de licenciamiento que han provocado nuevas necesidades de licenciamiento (incluso cuando los clientes no han cambiado su contexto de aplicaciones), de las subidas de los costes de mantenimiento o de la discontinuidad de productos activos en los clientes (e.g. SAP-ISH), etc., los clientes de SAP siguen invirtiendo. Sin embargo, esta inversión que debería tener un justo retorno para las empresas clientes, se convierte precisamente en el generador de la mayor parte de los conflictos entre SAP y nuestros asociados clientes de SAP.

Creo que ha llegado el momento de hacer un proceso de reflexión: analizando las experiencias del pasado, identificando donde estamos en estos momentos y definir cómo seguir andando un camino que nos lleve hacia el futuro que esperamos.

Si giramos la mirada al pasado, desde SUGEN se ha ido trabajando con SAP para encontrar soluciones a posiciones algunas veces muy alejadas. Entre ellas cabe destacar:

- ▶ La aparición del 'Enterprise Support' cuando SAP estaba intentando forzar una nueva y más cara oferta de soporte.
- ▶ Licenciamiento por acceso indirecto que creó un grave conflicto cuando evolucionamos hacia un mundo digital, donde el acceso será mayormente indirecto, y que finalmente lo único que se ha hecho es suavizar su impacto económico.
- ▶ El establecimiento de una nueva política de extensión on-premise.
- ▶ Conseguir que SAP Fiori y SAP Screen Personas fuesen gratuitas para los clientes.
- ▶ Packs de compatibilidad de SAP S/4HANA, cuya prolongación sería extendida hasta 2025.
- ▶ La prolongación del mantenimiento de SAP Business Suite 7 con fecha 2027, con opción de mantenimiento extendido hasta 2030.

Si bajamos la mirada al presente, estamos en una situación que nos pide estar atentos, ya que hay importantes puntos abiertos que van a marcar el futuro de nuestros entornos. A continuación, describo algunos de ellos, así como unas peticiones muy claras por parte de AUSAPE a SAP.

- ▶ **Licenciamiento.**
Al final los clientes SAP son los primeros interesados en pagar por lo que están usando, pero la complejidad de los modelos y métricas de licenciamiento, sus cambios continuos y la falta inicial de transparencia, no han ayudado a los clientes de SAP a poder identificar sus necesidades reales de una manera rápida y fácil.
¿Qué necesidad hay de complicar tanto las métricas de licenciamiento? Los clientes de SAP nos dedicamos a apoyar a nuestro negocio, no a convertirnos en expertos de licenciamiento de los múltiples productos que tenemos instalados. Seguimos solicitando mejores herramientas para poder identificar nuestras necesidades, seguimos solicitando más claridad en los nuevos modelos de licenciamiento, seguimos solicitando métricas más simples de medir y no basadas en complejos algoritmos de consumo. Simplemente pedimos ser capaces de tomar las decisiones más adaptadas a las necesidades de nuestros negocios y no alineadas a los intereses puramente comerciales de SAP.
- ▶ En procesos M&A hay que estar al lado del cliente.
Nunca hemos entendido como es posible que SAP pida costes de licenciamiento para mover un contrato SAP de una empresa a otra cuando las dos forman parte de un mismo grupo o bien el hecho de no ser facilitadores de un proceso de compras entre compañías para adaptar las licencias a las necesidades reales de la nueva organización.
- ▶ AUSAPE apoya la estrategia de SAP de ayudar a sus clientes a migrar a S/4 HANA, pero entendemos que los clientes tienen que tener el derecho de decidir a qué entorno quieren migrar.
- ▶ Clientes SAP S/4 HANA on-premise (o en entornos de hosting que no son considerados entorno cloud por parte de SAP).
La comunidad de asociados que trabaja en estos entornos no apoya la decisión tomada por parte de SAP que sólo se liberará nuevas innovaciones en el modelo SAP cloud, cuando en el pasado los máximos representantes de SAP confirmaron



apoyar la decisión de los clientes dando soporte a un modelo híbrido. Los asociados que han migrado a S/4 HANA on-premise están muy confusos.

SAP confirma que el mercado está pidiendo migrar al cloud, pero no es lo que nosotros hemos identificado por parte de nuestros asociados. La mayor parte de asociados han migrado o piensan migrar a entornos on-premise/hosting. Esta situación es similar en otros países como UKISUG (en concreto, el 79% de los clientes migrados a S/4 HANA lo han hecho a entorno on-premise/hosting). Quizás la confusión está en la palabra 'mercado'. Para las asociaciones el 'mercado' son los clientes de SAP, quizás para SAP sean sus accionistas. Seguiremos trabajando juntos para defender los intereses de la comunidad de asociados que ha decidido mantener sus entornos on-premise/hosting, pidiendo a SAP una clara respuesta sobre cómo va a apoyar a los clientes que quieren migrar a dichos entornos, asegurando la continuidad de las inversiones en nuevos desarrollos.

- ▶ Más allá del modelo 'Rise with SAP'.
Hay otras realidades más allá del modelo 'Rise with SAP'. Pedimos confirmación a SAP sobre cómo apoyará a los clientes SAP fuera del modelo 'Rise with SAP'.

"Lo que se ha demostrado durante todos estos años de relación, es que los retos se resuelven cuando las asociaciones y SAP trabajan conjuntamente de forma constructiva. Seguiremos así, fortaleciendo la relación buscando soluciones"

- ▶ **Lista de precios.**
No existe una voluntad por parte de SAP en compartir con los clientes la 'Price List'. Hemos pedido reiteradamente esta información, sin conseguir una clara respuesta y detectado una mayor transparencia en otros países.
- ▶ **Portafolio.**
Pedimos a SAP claridad en informar a los clientes sobre cuál va a ser el S/4 HANA portafolio disponible en entornos cloud y on-premise.
- ▶ **Conversiones.**
Hemos informado a SAP que no estamos de acuerdo con el decremento del valor de conversión de los clientes ECC que quieren migrar a S/4 HANA, o incluso de los clientes on-premise que quieren migrar a Cloud.

Lo que se ha demostrado durante todos estos años de relación, es que los retos se resuelven cuando las asociaciones y SAP trabajan conjuntamente de forma constructiva y seguiremos fortaleciendo la relación buscando soluciones.

Gianmaria Perancin (Chairman de SUGEN) ha informado a SAP que se comporte con sus clientes como un Partner Estratégico, no únicamente como una Partner Comercial, y ha pedido que no se cree más inestabilidad en la relación entre SAP y sus clientes.

En estos momentos os solicitamos que estemos todos unidos defendiendo los intereses de la comunidad. Es el momento de compartir, de aprender, de construir, de tomar decisiones importantes de futuro para nuestras organizaciones y AUSAPE es la asociación para hacerlo.

Por último, comentaros que estamos muy agradecidos de recibir constantemente el valioso feedback de nuestros asociados que facilitan este éxito, ya que AUSAPE es y seguirá siendo una asociación independiente.

¡Este es el camino que seguiremos como asociación!

Joan Torres
Presidente AUSAPE ■



NUEVOS ASOCIADOS

En este número damos la bienvenida a:

ASOCIADOS DE PLENO DERECHO:



"Fabricante de equipos y sistemas para la industria del automóvil y vehículos pesados. Especializados en la gestión de fluidos, mecanismos y piezas estructurales de los vehículos eléctricos. Presente en más de 21 países en 5 continentes".

"Hinojosa es líder en el sector del envase y embalaje en España y está considerado uno de los principales grupos empresariales familiares nacionales. Con 75 años de experiencia, ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años, basado en los pilares de la innovación y la especialización, así como en la orientación al cliente y la estrecha relación con el mismo".



COLABORADORES ESPECIALES:



"FacturaESAP es una empresa con más de diez años de experiencia desarrollando soluciones en el entorno de SAP, concretamente en el ámbito del intercambio electrónico de documentos. Así, hemos desarrollado soluciones propias para SII, TBAI/BATUZ, Facturación Electrónica, Automatización de cuentas a pagar, etc. En este ámbito de soluciones, FacturaESAP se caracteriza por ofrecer a sus clientes soluciones concretas, en plazos cortos y a precios ajustados. En otras palabras, hacemos pocas cosas, pero las hacemos muy bien".

COLABORADORES ESPECIALES:



EuropeanBTech

"European Business School of Technologies escuela oficial de SAP que ofrece master intensivos en SAP S/4 HANA BTP con especializaciones en Finanzas (SAP FI) y Programación (SAP BTP), siendo el único centro oficial en ofrecer esta formación. La escuela cuenta con un cuerpo docente compuesto por profesionales certificados altamente calificados y experimentados en el ámbito de SAP, lo cual garantiza una enseñanza de calidad."

"Especialista en Planificación Avanzada, SAP IBP, PP/DS, Industria 4.0 SAP DMC o MII, Business Network Collaboration, Assets IAM, SAC y RISE. Pyme innovadora, contenidos preconfigurados y soluciones inteligencia artificial. 20 años experiencia, 150 proyectos SCM, 40% internacionales. Sectores bienes de consumo, utilities, industria, químicas, farmacéuticas. 100 empleados en Madrid, Barcelona, Valencia, Bilbao, París y Oriente Medio. Integrada en Valantic, consultora SAP líder cadena de suministro y soluciones digitales EMEA, 3000 consultores, 1000 en SAP. Alemania, Austria, Suiza, Bélgica, Países Bajos, India, Portugal."



"Somos una empresa de consultoría con una larga trayectoria. Desde hace 15 años y especialmente durante este 2023, nuestro crecimiento ha sido exponencial. Tenemos un gran equipo de consultores expertos respaldado por años de experiencia y comprometidos con la excelencia en soluciones SAP. Más allá de la innovación. En Vanture ESS, no solo ofrecemos conocimientos técnicos de vanguardia, sino que también establecemos relaciones cercanas con nuestros clientes, adaptándonos con flexibilidad a sus necesidades. Juntos, creamos soluciones a medida para impulsar el éxito empresarial en un mundo digital en constante evolución."

JESÚS MARTÍNEZ-LEÓN, DIRECTOR DE SOLUCIONES E INNOVACIÓN DE SAP ESPAÑA



“Debemos dar con soluciones que sean deseables para las personas, viables para el negocio y factibles tecnológicamente”

Para SAP, innovar significa sobre todo desarrollar nuevas ideas que ayuden a las empresas a resolver sus retos de negocio. Conversamos con su director de Soluciones e Innovación sobre cómo se concreta la innovación en ámbitos como la IA, el puesto de trabajo digital, la sostenibilidad o la experiencia de cliente.

LA INNOVACIÓN ES UN TÉRMINO QUE SE USA PARA CASI TODO EN NUESTROS DÍAS, PERO ¿QUÉ SIGNIFICA EXACTAMENTE LA INNOVACIÓN PARA SAP?

Para nosotros significa principalmente impulsar una cultura que fomente la creatividad, el pensamiento crítico, la colaboración y, sobre todo, el coraje para desafiar el status quo. De lo que se trata al final es de tener un proceso continuo de desarrollo e implementación de nuevas ideas, pero siempre orientado a ayudar a las empresas a resolver sus retos de negocio y que puedan conseguir sus objetivos ellas mismas, de una forma inteligente, colaborativa y sostenible.

¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES LÍNEAS DE LA ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN EN SAP?

Nuestra estrategia la enfocamos desde tres aspectos fundamentales. Por una parte tenemos la innovación embebida en nuestros productos y servicios, de donde partimos para que nuestras soluciones ya den esas aplicaciones de forma nativa. Por otra parte tenemos la plataforma tecnológica, que es la que nos permite ofrecer esas innovaciones para crear e integrar todos estos aspectos y entenderlas según las necesidades de cada cliente. Y luego hay un tercer aspecto fundamental, y es que todo esto lo hacemos conjuntamente con nuestros partners, incluyendo startups, para asegurarnos siempre de que toda la necesidad empresarial quede cubierta y de que conseguimos ofrecer esa especificidad que a veces tienen las industrias, de forma que podamos adaptarnos a esas necesidades más específicas.

YA QUE MENCIONAS LAS STARTUPS, ¿CÓMO FUNCIONA LA RELACIÓN DE SAP CON ESTAS NUEVAS EMPRESAS?

Por un lado tenemos el programa interno SAPiO, que pretende fomentar desde nuestra propia compañía esas ideas innovadoras desde los propios departamentos de soluciones o de desarrollo. Es una especie de incubadora o lanzadera interna donde siempre

estamos recopilando ideas que pueden surgir de forma orgánica. Ese mismo programa también está explorando permanentemente el mercado para incorporar aquellas startups que consideramos que están alineadas con el tipo de tecnología que nosotros fomentamos y con nuestros valores. Y por otro lado, tenemos el compromiso de innovación a través del venture capital con Sapphire Ventures, que en 2011 sale del grupo de SAP para tener una independencia al cien por cien. A veces se opta porque las empresas sigan trabajando de forma independiente y otras veces por incorporarlas al porfolio. Por darte algunos datos, a través de SAPiO el año pasado dimos soporte a más de 600 startups externas y con Sapphire Ventures registramos más de 200 apoyos e inversiones en startups tecnológicas. Por ejemplo, recientemente se ha hecho una inversión de más de 1.000 millones de dólares en startups vinculadas con IA y ya en la parte de innovación, en 2022 el 18,1% de las ganancias totales obtenidas por SAP fue reinvertido en I+D.

SI HABLAMOS DE TECNOLOGÍAS INNOVADORAS, LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL OCUPA UN LUGAR CENTRAL HOY DÍA. ¿CÓMO ESTÁ INCORPORANDO SAP LA IA A LAS SOLUCIONES DE NEGOCIO?

Nosotros ya llevamos bastante tiempo incorporando inteligencia artificial; de hecho, a día de hoy hay más de 24.000 clientes de SAP que la están incorporando a los procesos diarios de forma nativa, en finanzas, compras, ventas, etcétera. Esto siempre lo hemos enfocado desde tres conceptos fundamentales. El primero es entregar esa inteligencia artificial de forma que sea relevante para cada cliente, porque está embebida y utiliza los datos del propio cliente. Además, por supuesto tiene que ser confiable, es decir, estar basada en esos datos dentro del contexto para su uso exclusivo, sin compartir ni utilizar los datos de cada cliente para entrenar otras herramientas. Y en tercer lugar, de una forma responsable, cumpliendo con los más altos niveles de seguridad, privacidad, cumplimiento

normativo y, también muy importante, la ética. Luego, manteniendo esta filosofía, hace pocas semanas se anunció el lanzamiento de Joule, el nuevo asistente digital que se basa en inteligencia artificial generativa. Es un asistente que realmente entiende tu negocio, capaz de orquestar en tiempo real los insights de diferentes sistemas, y un asistente con el que te puedes comunicar en lenguaje natural. De lo que se trata es de tener una conversación natural con los datos.

OTRO ÁMBITO QUE ESTÁ VIVIENDO UNA TRANSFORMACIÓN ACELERADA ES EL PUESTO DE TRABAJO DIGITAL. ¿QUÉ SOLUCIONES INNOVADORAS PROPONÉIS EN ESTE CAMPO?

Es evidente que si estamos hablando del mundo digital, el puesto de trabajo también tiene que ser digital. Ahí nosotros combinamos la herramienta WorkZone, que es como el entorno multidisciplinar que centraliza el acceso a soluciones o a los diferentes procesos y que también nos permite exponer noticias corporativas, con una interfaz Fiori en la que venimos trabajando desde hace muchos años y que hace que el acceso a esa información pueda hacerse desde cualquier plataforma móvil y se puedan simplificar los procesos. Siempre decimos que quienes mejor pueden dar testimonio de esto son los clientes que ya han dado el paso hacia las últimas versiones cloud, que son las que incorporan ya toda esta tecnología, que además está en continua evolución.

LA SOSTENIBILIDAD ES UN PILAR ESENCIAL DE VUESTRA ESTRATEGIA. ¿CÓMO SE DAN LA MANO SOSTENIBILIDAD E INNOVACIÓN EN EL ENTORNO SAP?

Aquí la clave está en el uso eficiente de los recursos naturales limitados que tenemos y fomentar tanto la reducción de emisiones como facilitar la economía circular. Este es probablemente uno de los mayores retos que nos hemos encontrado últimamente, primero porque antes se trataba de proporcionar valor en toda la cadena y ahora hay que seguir proporcionando ese valor pero además optimizando al máximo todo lo que tiene que ver con emisiones, fomentando la economía circular... Entonces, nosotros por un lado lo que hacemos con nuestras soluciones es permitir tener la trazabilidad del impacto ambiental de lo que compramos, lo que fabricamos y lo que vendemos, y hacer ese reporting al que ya nos están obligando las normativas vigentes. Pero además facilitamos la coordinación entre ecosistemas, y aquí te puedo hablar de varios ejemplos como Catena-X, del sector automovilístico, o la solución e-Mobility, que conecta todo el ecosistema del vehículo eléctrico. Luego en España tenemos muchas referencias de adopción de la solución SAP RDP, con la que ayudamos en la reducción del consumo de plástico para cumplir con la nueva normativa.

EN EL ÚLTIMO SAP DISCOVERY DAY FOR CX, SE HABLÓ DE SOLUCIONES INNOVADORAS PARA AUMENTAR LAS VENTAS DE BIENES Y SERVICIOS EN LOS ENTORNOS B2B Y B2C. ¿CÓMO SE LOGRA ESTO?

En primer lugar, SAP tiene una visión muy clara en cuanto a apostar por la herramienta de la relación de cliente, todo lo que tiene que ver con lo que nosotros llamamos Customer Experience. Concretamente, esto se divide en un porfolio que cubre todos los procesos end-to-end de relación con cliente -tratar los datos del cliente, pasar por los procedimientos de ecommerce, marketing, ventas y servicios...-, con la flexibilidad de abarcar los distintos modelos de negocio B2B y B2C. Todo esto ya lo teníamos. Si bien la aportación novedosa que tenemos hoy en día gracias a la inteligencia artificial, generativa en este caso, significa tres aspectos fundamentales. Por una parte, la posibilidad de mezclar insights de distintos sistemas que nos den una visión más aproximada a la realidad y más enriquecida gracias a esta IA. Por otra, usarla para que nos recomiende posibles acciones y siguientes pasos a dar, y por otro lado, ser capaces también, a través de Joule, de interactuar con esta inteligencia de una forma intuitiva y sencilla,



de forma que cualquier usuario de negocio sea capaz de obtener la información que le permite una mejor toma de decisiones y la gestión estratégica de su ámbito. Aquí los beneficios más evidentes son la proactividad en esas interacciones, tener mayor rapidez en la gestión estratégica del negocio y reducir los errores en el contexto operativo. Todo eso se resume en el eslogan que utilizamos en ese evento: no es magia, es Customer Experience.

DESDE SAP, HABÉIS SEÑALADO QUE LA INNOVACIÓN ES UNA TAREA DE TODOS, DE VOSOTROS Y DE VUESTROS PARTNERS. ¿PODRÍAS SEÑALAR ALGUNAS INICIATIVAS DE COCREACIÓN EN EL DESARROLLO DE SOLUCIONES INNOVADORAS?

En este aspecto, ofrecemos la capacidad de la plataforma tecnológica BTP, pero también, indudablemente, tenemos que adaptarnos con la ayuda de nuestros partners. Ahí, por un lado tenemos la línea de Industry Cloud, que incluye esa cocreación como un proceso en el que el partner o SAP mismo detecta una necesidad, se hace una toma de requerimientos y normalmente es el partner el que implementa esa nueva solución o proceso, que después SAP certificará posteriormente pasando a formar parte de nuestra línea de trabajo. Y por otro lado, nosotros estamos ayudando directamente a los clientes en casos de uso concreto.

Y YA QUE HABLAMOS DE COLABORACIÓN, RECIENTEMENTE PARTICIPASTE EN LA SESIÓN MAGISTRAL DE AUSAPE “EXPERIENCIAS SAP CON CHATGPT”. ¿QUÉ VALOR TIENE PARA SAP LA COOPERACIÓN CON AUSAPE EN EL PLANO DE LA INNOVACIÓN?

En nuestro afán de poner siempre en el centro a nuestros clientes, obviamente el trabajo conjunto con los diferentes grupos de usuarios en todos los países es para nosotros un factor muy importante. En ese sentido, qué mejor interlocutor aquí en España que AUSAPE para conocer sobre todo cuáles son esos desafíos y esas prioridades que se necesitan abordar en el corto plazo. Con vosotros llevamos ya más de tres décadas trabajando; hay una serie de grupos de trabajo que ya están muy establecidos, como el de Sector Público, Financiero, BTP, Recursos Humanos... que continuamente están haciendo sesiones para que la experiencia de trabajar con SAP siempre sea satisfactoria. Lo que buscamos ahí es poner a vuestra disposición a nuestros expertos en soluciones para que ese conocimiento se os pueda trasladar a través de estos grupos de trabajo. Y precisamente en el Fórum de Palma de Mallorca, también tuvimos una sesión específica sobre innovación, donde explicamos que en el departamento de Soluciones que yo dirijo actualmente tenemos un grupo de innovación y aprovechamos para daros, a vosotros y a vuestros clientes, unas líneas maestras de cómo es el proceso para innovar, cómo podemos dar con soluciones que sean deseables para las personas, que sean viables para el negocio y, obviamente, factibles desde el punto de vista tecnológico. ■

MIGUEL DE LA CALLE, MANAGING DIRECTOR
EN AVVALE ESPAÑA Y PORTUGAL

“AUSAPE es el lugar para decir todo lo que clientes y partners podemos hacer”

POR DAVID ESCAMILLA
Comunicador



AUSAPE y Avvale acaban de firmar un acuerdo por el que la firma se convierte en socio preferencial de nuestra asociación. De esta forma, Avvale fortalecerá sus relaciones con los asociados a través de actividades conjuntas y la participación en los Grupos de Trabajo y el Fórum AUSAPE. El máximo responsable de Avvale para España y Portugal, Miguel de la Calle, conversó con AUSAPE sobre la estrategia, el momento actual y los planes de su compañía, y analizó qué beneficios aporta este acuerdo a nuestras organizaciones.

AVVALE ES UNA EMPRESA DE MATRIZ ITALIANA NACIDA EN 1997. AHORA MISMO EN ESPAÑA TENÉIS MÁS DE 400 CLIENTES Y UN GRAN EQUIPO HUMANO DE MÁS DE 500 PROFESIONALES. Y UN OBJETIVO CLARO DE CRECIMIENTO: CRECER A DOBLE DÍGITO. HÁBLAME DE ESA AMBICIÓN.

En Avvale España tenemos un gran equipo, sobre todo por la calidad y la profesionalidad. A partir de ahí, en este año 2023 estamos creciendo a doble dígito y tenemos una proyección muy buena. Tenemos más de 400 clientes y, al igual que el equipo es importante, es necesario que los clientes sean clientes satisfechos. Esos crecimientos son importantes pero son consecuencia de todo lo anterior. Sin tener un gran equipo, sin hacer muy buenos proyectos, es imposible crecer.

ESTÁIS CON AUSAPE DESDE EL MINUTO CERO, PERO AHORA HABÉIS DADO UN PASO ADELANTE PARA CONVERTIROS EN SOCIO PREFERENCIAL. ¿CUÁLES SON LOS MOTIVOS DE AVVALE PARA DAR ESE PASO?

Primero como Realtech, luego como Techedge, ahora como Avvale... Siempre hemos sido una empresa muy cercana a SAP y, por lo tanto, a AUSAPE como asociación de usuarios. Lo que hemos visto es que tenemos proyectos, equipo y referencias muy interesantes que creemos que pueden aportar mucho valor a todos los asociados, y creemos sinceramente que ha llegado el momento de dar ese paso y poder compartir todas esas experiencias y ese conocimiento que tenemos en todas esas áreas, más allá de nuestros propios clientes. Es importante que todo el mundo conozca lo que se puede hacer dentro de SAP, sea Avvale o no Avvale.

¿EN QUÉ ÁREAS Y GRUPOS DE TRABAJO TENÉIS PRESENCIA?

Con un equipo tan amplio somos capaces de movernos de una manera muy cómoda en todos los grupos de trabajo que están establecidos actualmente en AUSAPE, toda la parte de SAP S/4HANA, Customer Experience, Innovación, Industria Digital, Licenciamiento... De hecho, una de las acciones que estamos haciendo es avanzar con todos ellos para contarles cuáles son las experiencias más relevantes que tenemos, para poder compartirlas con el resto de asociados en los distintos eventos presenciales o remotos que está organizando AUSAPE. Creemos que tenemos mucho que aportar en todos ellos y estamos contactando para hacer esas ponencias y compartir ese conocimiento.

HABLEMOS DE LA EVOLUCIÓN Y LA PROYECCIÓN DE SAP EN EL MERCADO DE LA TECNOLOGÍA. ¿CÓMO DESCRIBIRÍAS ESTA TRAYECTORIA?

SAP es un caso de éxito en sí mismo y ha conseguido convertirse en un estándar de mercado. A partir de ahí, ha evolucionado su producto y ha entrado en todas las áreas de la empresa, evolucionando el ERP y enriqueciéndolo con herramientas para la gestión de proveedores, de customer experience, de data analytics... Y ha sido capaz de plantear a sus clientes un recorrido a medio-largo plazo, de forma que según vayan creciendo puedan ir añadiendo otras piezas que van a dar cobertura a todas sus necesidades, no sólo las que tiene a día de hoy sino las que va a poder tener en el futuro.

¿QUÉ CAPACIDADES TIENE LA EMPRESA AVVALE EN SOLUCIONES INNOVADORAS?

En Avvale siempre hemos intentado investigar y estar presentes con todas las últimas soluciones que va sacando SAP. Actualmente SAP S/4HANA Public Cloud, la inteligencia artificial y la SAP Control Sustainability Tower son tres soluciones que tienen un enorme recorrido, presente y futuro. Nosotros estamos ahí porque hemos sido capaces de prever esas soluciones y contar con conocimiento y un equipo certificado para garantizar a los clientes que estamos preparados. Ahora mismo SAP está potenciando mucho toda la parte de SAP S/4HANA Public Cloud para benchmarked. La inteligencia artificial es ya un estándar de mercado, pero dentro de Avvale llevamos tiempo haciendo proyectos, pruebas de concepto, investigación, innovación... Con el SAP Sustainability Control Tower, que va asociado a un concepto básico como la sostenibilidad, ya estamos haciendo proyectos y vamos a poder presentar esa referencia a otros clientes para que puedan ver la potencia de esta herramienta.

¿CÓMO FACILITÁIS A LOS MIEMBROS DEL ECOSISTEMA SAP EN ESPAÑA Y A LOS ASOCIADOS DE AUSAPE QUE EVOLUCIONEN CON SU SISTEMA SAP?

Para mí, el reto es intentar aportar valor a los asociados. Nosotros lo planteamos como ir a ayudar y a contar nuestras experiencias. El lugar para vender es otro, AUSAPE es el lugar para decir todo lo que puedes hacer. Es importante que el cliente conozca qué opciones tiene, cómo puede dar cobertura a las circunstancias que van apareciendo, qué soluciones hay y, a partir de ahí, contar cómo lo hemos hecho nosotros o cómo lo haríamos. Que los clientes y los asociados sepan que existen esas opciones, para que puedan decidir y ayudarles con ese conocimiento sobre cómo afrontar los procesos de transformación tecnológica en los que están inmersos.

HÁBLANOS DEL MODELO DE GESTIÓN DE LA COMPAÑÍA, AHORA EN EL PRESENTE Y SI PUEDES DAR ALGUNA PINCELADA DE POR DÓNDE VA A IR EL FUTURO.

Ahora mismo, Avvale como grupo tiene un plan estratégico de crecimiento orgánico y no orgánico muy ambicioso, que afortunadamente se va cumpliendo año a año. A nivel concreto de Avvale España, este año hemos dado un salto muy importante en todos los sentidos. En la parte más tangible (número de personas, facturación, etcétera). Y también hemos dado un salto cualitativo muy importante, que para mí es lo que más valor tiene: el ser capaz de retener talento, ir juntando cada vez más talento, que la gente esté comprometida con la empresa. Creo que dentro de Avvale España, este año hemos fijado unas bases que son fundamentales para los próximos años y estoy seguro de que 2024 va a ser un año muy bueno y que la manera de trabajar que hemos adoptado nos va a traer muchísimos éxitos.

PASANDO AL NOMBRE DE LA COMPAÑÍA, OS LLAMABAI TECHEDGE, PERO CAMBIASTEIS A AVVALE, QUE EN LATÍN SIGNIFICA “DAR VALOR”, PORQUE COMO CONSULTORÍA LO QUE HACÉIS ES APORTAR VALOR, ¿VERDAD?

Efectivamente, Techedge era un nombre muy asociado a tecnología y nos limitaba mucho. Con la evolución de la compañía a lo largo de estos más de 25 años ha llegado el momento en el que hacemos tecnología, nos apasiona, sabemos hacerlo y lo vamos a seguir haciendo, pero hacemos muchas más cosas que simplemente tecnología. Cuando llegamos a un cliente no queremos instalar SAP, ver que funciona e irnos. Queremos ser capaces de transformar sus procesos de negocio y ver cómo podemos, a través de la tecnología, mejorar esa empresa. Lo que buscamos fue un nombre que fuera acorde con los valores y la orientación que le queríamos dar a la compañía y encontramos que Avvale era un nombre más que adecuado, porque su raíz significa “dar valor” y la consultoría es dar valor, y luego lo hemos unido con otros conceptos con los que queremos estar presentes.

DOS DE ESOS CONCEPTOS ESTÁN HOY EN BOCA DE TODOS: LA ECONOMÍA CIRCULAR Y LA SOSTENIBILIDAD. PERO A VECES LES FALTA UN POCO DE CONCRECIÓN. DESDE AVVALE, CUANDO DECÍS QUE ESTÁIS APOSTANDO POR LA ECONOMÍA CIRCULAR Y POR LA SOSTENIBILIDAD, ¿DE QUÉ HABLAMOS?

Uno de los motivos de nuestro cambio de nombre es precisamente asociar estos dos conceptos: economía circular y sostenibilidad. Entendemos que todas las compañías tenemos que colaborar para dejar un legado a las futuras generaciones mejor que el que tenemos ahora. A través de los proyectos que llevamos a cabo lo estamos haciendo. Queremos ayudar a nuestros clientes a cambiar sus procesos de negocio para que sean más acordes a la economía circular y queremos colaborar en esa transformación digital orientada a la sostenibilidad. Hablábamos antes de Control Tower, una de las soluciones que SAP plantea dentro del ámbito de la sostenibilidad, y hemos querido ser pioneros en la implantación de esas soluciones. Las empresas tienen que evolucionar, no pueden seguir haciendo su negocio de la misma manera, y todas esas variaciones del core de negocio llevan asociada tecnología. A través de la tecnología podemos ayudar a que todo esto mejore. Es parte de nuestra responsabilidad.

AVVALE ES UNA EMPRESA DE NIVEL GLOBAL. HÁBLAME DE VUESTRA EXPANSIÓN A NIVEL INTERNACIONAL.

A nivel global, Avvale tiene presencia actualmente en 14 o 15 países. Los mercados principales son Italia, España y Estados Unidos, pero estamos presentes en muchos otros, como Alemania, Suiza, Emiratos Árabes, Portugal, Brasil, Chile, Colombia, Perú, México... Es una presencia multinacional y poco a poco, con ese plan de crecimiento que comentábamos, el crecimiento inorgánico nos irá dando presencia en otros países. Esto nos está permitiendo compartir muchas referencias y poder colaborar entre todas las compañías del grupo. Muchas veces, en una empresa tan grande, del orden de 3.500 personas, lo que no cubres en un país como España -aun siendo más de 500 personas- lo tienes cubierto por otras experiencias que tienen otros compañeros tuyos. Al final eso redundará en poder dar otras opciones al mercado y a nuestros clientes, y en un mayor crecimiento.

¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES FORTALEZAS DE AVVALE ESPAÑA?

Siempre hemos estado muy vinculados a SAP, la mayor parte de nuestro negocio está en el entorno SAP y ahí hacemos muchas cosas bien, desde la parte más funcional -con proyectos de SAP S/4HANA Public Cloud o de Customer Experience- a la parte de inteligencia artificial, en toda la parte de desarrollo BTP que va a evolucionar muchísimo porque somos una de las pocas empresas certificadas en el ámbito de BTP, todo el Basis tradicional que va a seguir existiendo y que fue el origen de esta compañía en España, en la parte de mantenimiento de sistemas... Nos encontramos muy cómodos en estas áreas, tenemos equipos muy potentes, con mucha cualificación, y al final eso es máxima garantía para el cliente a la hora de poder atenderles.

ACABAMOS HABLANDO DEL FUTURO, DE LAS ÁREAS DE MAYOR PROYECCIÓN, EN LAS QUE VEIS QUE HAY UN CAMINO INTERESANTE PARA RECORRER.

Si tuviera que definir unas áreas en concreto, me iría principalmente a la inteligencia artificial, que va a transformar profundamente la sociedad y los negocios. Con la solución de SAP Joule, todo lo que hemos conocido hasta ahora dentro de los procesos de SAP se va a ver afectado y tenemos que saber cómo usar la inteligencia artificial en esos procesos. También las distintas soluciones de customer experience: la experiencia de cliente es fundamental. Y luego la parte informacional y de data analytics: se generan miles de millones de datos y ahora tenemos la posibilidad de saber cómo utilizarlos. Todas ellas van a ser áreas de mucho desarrollo en el futuro. Y estoy seguro de que con el presente que tiene el equipo de Avvale, el futuro lo tienen garantizado. ■

JOSÉ LUIS CUBERO, COORDINADOR DEL NUEVO GRUPO DE TRABAJO DE RETAIL DE AUSAPE

“Queremos ser un transmisor de sugerencias y preocupaciones de los retailers a SAP”

AUSAPE estrena un nuevo Grupo de Trabajo, centrado en el sector Retail. Con él, la asociación quiere dar cobertura a las necesidades de formación e información sobre las soluciones de SAP dirigidas al comercio minorista y mayorista, específicamente en el vertical de Food & Beverage. El encargado de coordinar el grupo será José Luis Cubero, ingeniero técnico en Informática de Sistemas que actualmente ejerce como gerente de Application Management Systems (AMS) en Transgourmet Ibérica, empresa líder de la distribución mayorista del sector alimentación en España.



El nuevo grupo surge como una comunidad de empresas y usuarios que buscan compartir experiencias, problemas y soluciones relacionadas con todo el ecosistema SAP en el sector Retail. Está abierto tanto a firmas tecnológicas especialistas en SAP como a empresas especialistas en Retail y, aunque inicialmente se centrará en Food & Beverage, también tendrá en cuenta a otros verticales para llegar al máximo de usuarios posible y compartir problemáticas de forma transversal.

EN PRIMER LUGAR, ¿A QUÉ NECESIDADES RESPONDE LA CREACIÓN DEL GRUPO DE TRABAJO DE RETAIL DE AUSAPE?

El grupo de trabajo pretende proporcionar un espacio donde las empresas del sector Retail y los asociados puedan compartir necesidades y preocupaciones en el ámbito actual de SAP y en soluciones futuras. También creemos que es importante disponer de un canal para obtener información sobre tendencias enfocadas al sector pero no relacionadas directamente con SAP.

¿QUÉ OBJETIVOS OS HABÉIS PLANTEADO?

El principal objetivo es poder crear una comunidad donde fluya el intercambio de conocimiento, generando espacios donde las empresas o usuarios puedan compartir experiencias, problemas y soluciones relacionadas con todo el ecosistema SAP en el ámbito del sector Retail. Otro objetivo fundamental será informar a través

de eventos de las tendencias y best practices en la utilización de soluciones SAP y facilitar la colaboración entre profesionales del sector. También queremos ser un transmisor de sugerencias y preocupaciones de los retailers a SAP, intentando influir en el desarrollo futuro de soluciones para el sector.

¿QUÉ PUEDES CONTARNOS SOBRE EL FUNCIONAMIENTO Y LA ESTRUCTURA QUE TENDRÁ EL GRUPO?

Ahora mismo se están estableciendo las bases pero el funcionamiento será similar al resto de grupos de trabajo, donde se combinarán eventos presenciales y virtuales para que se pueda implicar el mayor número de usuarios posible. Pretendemos ser una comunidad cercana donde todos puedan aportar y hacer crecer el grupo.

¿QUÉ INICIATIVAS O EVENTOS TENÉIS PREVISTOS A CORTO PLAZO?

Actualmente estamos definiendo el roadmap, pero a corto plazo queremos organizar eventos presenciales que permitan conocernos personalmente y empezar a crear una red de usuarios y empresas con el objetivo de seguir creando iniciativas que combinen temáticas sobre tendencias en el sector y soluciones actuales y futuras de SAP. Queremos tener en cuenta a empresas tecnológicas especialistas en SAP y empresas no SAP especialistas en Retail que aporten valor al grupo de trabajo.

"Queremos tener en cuenta a empresas tecnológicas especialistas en SAP y empresas no SAP especialistas en Retail que aporten valor al grupo de trabajo"

EN PRINCIPIO, EL GRUPO TENDRÁ UN ENFOQUE CENTRADO EN EL VERTICAL DE FOOD & BEVERAGE. ¿CUÁL ES EL MOTIVO DE ESTE ENFOQUE? ¿TENÉIS PREVISTO AMPLIARLO A OTROS VERTICALES, COMO MODA, ELECTRÓNICA..., EN EL FUTURO?

El enfoque del grupo estará en el vertical de Food & Beverage porque consideramos que es un sector en continuo crecimiento y muy dinámico, pero también se tendrá en cuenta a otros verticales para poder abarcar el máximo número de usuarios y compartir problemáticas con otra perspectiva y de forma transversal.

DESDE UN PUNTO DE VISTA MÁS PERSONAL, ¿CUÁL HA SIDO TU MOTIVACIÓN PARA HACERTE CARGO DE LA COORDINACIÓN DE ESTE NUEVO GRUPO DE TRABAJO?

La principal motivación es poder sentirte parte de la asociación y tener la posibilidad de crear una red de usuarios y retailers en la que se pueda dar solución y nuevas iniciativas a los principales retos del sector alrededor de todo el ecosistema SAP. A nivel personal, tener la oportunidad de asumir este reto me va a permitir conocer y compartir experiencias con muchos usuarios y seguir aprendiendo de todos los colaboradores y empresas especialistas en el sector.

PONERTE AL FRENTE DE UN GRUPO DE TRABAJO SUPONE UN PASO IMPORTANTE EN TU RELACIÓN CON AUSAPE. ¿CÓMO DEFINIRÍAS TU EXPERIENCIA EN LA ASOCIACIÓN HASTA ESTE MOMENTO?

Llevo muchos años asistiendo y beneficiándome de todas las opciones que ofrece la asociación y la experiencia desde el otro lado ha sido excelente, siendo de gran ayuda todas las temáticas de los grupos de trabajo, eventos y foros. Al trabajar en una compañía de esta dimensión, los retos tecnológicos a nivel de SAP son elevados y diversos. Por ese motivo poder obtener información y ayuda de otros usuarios es muy importante; en ese sentido la asociación es fundamental. Ahora espero poder vivir la experiencia de colaborar desde la asociación y estoy seguro de que será muy gratificante.

¿PODRÍAS RESUMIRNOS CUÁL HA SIDO TU TRAYECTORIA EN EL MUNDO SAP?

Llevo en el mundo SAP más de 15 años y mis inicios fueron como consultor técnico, desarrollando diferentes aplicaciones. En poco tiempo evolucioné a consultor funcional logístico, participando en diferentes proyectos del área de ventas. Esta evolución me ha permitido conocer tanto el área técnica como el área funcional, lo que me ha servido para poder gestionar y liderar durante varios años proyectos del área logística en mi empresa actual, también relacionada con el sector Retail. Actualmente mi función es gestionar el departamento de AMS, lo que me permite tener un gran conocimiento de múltiples aplicaciones SAP a nivel técnico, funcional y de basis.

¿CÓMO DEFINIRÍAS TU ROL EN TRANSGOURMET IBÉRICA COMO GERENTE DE APPLICATION MANAGEMENT SYSTEMS?

En el departamento de IT de Transgourmet Iberica existen diferentes áreas y el haber trabajado en varias de ellas con diferentes roles me ha permitido obtener un conocimiento técnico y de procesos de negocio muy amplio, en SAP y otras aplicaciones. Actualmente mi rol es aportar ese conocimiento para asegurar el correcto funcionamiento de las aplicaciones y, al mismo tiempo, seguir evolucionándolas para cubrir las necesidades de negocio.

EL RETAIL ES UNO DE LOS SECTORES QUE HAN SUFRIDO UNA TRANSFORMACIÓN MÁS PROFUNDA COMO CONSECUENCIA DE LA DIGITALIZACIÓN. ¿CÓMO VIVES DESDE DENTRO ESTA TRANSFORMACIÓN?

La digitalización en el sector Retail afecta a todas las áreas de la compañía, empezando desde el proceso de compra por parte del cliente, ofreciendo una experiencia omnicanal, hasta todo lo referente a la cadena de suministro, integrando varias herramientas para mejorar la eficiencia, la trazabilidad y la coordinación de todas las etapas de la cadena. Para Transgourmet Ibérica, uno de los proyectos estratégicos de los próximos años es la digitalización de todos los procesos. Por ese motivo, desde el punto de vista del departamento de IT es un reto implantar y mantener todo el ecosistema de aplicaciones conjuntamente con una infraestructura tecnológica sólida, escalable y segura. ■

"Llevo en el mundo SAP más de 15 años y mis inicios fueron como consultor técnico, desarrollando diferentes aplicaciones"



Jesus Corrochano

Director SAP en Eviden y
Responsable Alianza con SAP



¿CUÁLES SON LOS RETOS A LOS QUE SE PRESENTA LA UNIDAD DE SAP DE EVIDEN EN IBERIA?

El principal objetivo de la unidad SAP de Eviden es seguir mejorando los niveles de crecimiento que hemos tenido estos últimos años, tanto a nivel local como internacional. Durante estos dos últimos años nuestros porcentajes de crecimiento han estado en torno al 40%. Estamos en el camino correcto y queremos seguir en esta línea, y para ello hemos de seguir potenciando nuestra vocación de servicio y orientar nuestros esfuerzos por alinearnos con las necesidades SAP de nuestros clientes.

¿SOBRE QUÉ PILARES SE SUSTENTA ESTE CRECIMIENTO DE LA PRÁCTICA SAP DE EVIDEN?

Nuestra estrategia se basa en el fortalecimiento y en la ampliación de nuestro portfolio de soluciones SAP. Por supuesto que una de nuestras principales iniciativas es ayudar a nuestros clientes en el movimiento a S/4HANA con la iniciativa RISE with S/4HANA, donde ya fuimos identificados por SAP como uno de sus socios preferentes, pero de la misma manera hemos puesto foco en otro tipo de soluciones como es el caso de nuestras soluciones preconfiguradas SAP para el sector Utilities: Waterpack, nuestra solución para la gestión del ciclo completo del agua y Energypack, para la gestión del ciclo completo de la energía, que tan buenos resultados nos han reportado en 2023; o BTP, donde hemos puesto en marcha proyectos muy novedosos como el desarrollo de aplicaciones con Mobile services, o de automatización de procesos con RPA; o en el mundo de la sostenibilidad donde estamos ayudando a nuestros clien-

"Nuestra estrategia se basa en el fortalecimiento y en la ampliación de nuestro portfolio de soluciones SAP"

tes en la automatización del cálculo de la huella de carbono.

¿PUEDE CONTARME MÁS SOBRE LA SOLUCIÓN EVIDEN DE SOSTENIBILIDAD?

Eviden lleva mucho tiempo priorizando la descarbonización y en 2021 reforzamos nuestra cartera de servicios de sostenibilidad para convertirnos en líderes en tecnología digital segura y descarbonizada. Disponemos de un departamento de sostenibilidad dentro de la compañía que ha ayudado en estos últimos años a múltiples clientes, muchos de ellos clientes del IBEX35 a diseñar y calcular su huella de carbono. El objetivo de estos proyectos es automatizar el cálculo de la huella de carbono apoyados en tecnología SAP y consiguiendo cumplir con los procesos de auditoría y requerimientos de reporting ESG de nuestros clientes.

¿CUÁL HA SIDO EL VALOR DIFERENCIAL DE EVIDEN EN ESTOS PROYECTOS DE SOSTENIBILIDAD?

El mayor reto al que se enfrenta Eviden como implantador es aunar en un solo equipo, por un lado, a nuestro departamento de sostenibilidad, con un conocimiento muy profundo del negocio pero que nunca habían

llevado a cabo un proyecto tecnológico y por otro lado nuestro equipo SAP, que tecnológicamente está muy bien capacitado para desarrollar los correspondientes kpis y mediciones de la huella de carbono a través de SAP.

Se ha logrado crear un modelo de cálculo mucho más flexible, homogéneo, simplificado y normalizado, que será fundamental para que sea más sencillo y menos costoso evolucionar la plataforma Eviden, así como su incorporación como solución para otras compañías y clientes de SAP.

Este approach aunando negocio y tecnología es muy novedoso en el mercado.

El resultado final es que el cliente dispone de una plataforma SAP donde se lleva a cabo el cálculo automatizado de la huella, que le permite disponer de la trazabilidad del dato para ayudarle en el proceso de auditoría de sostenibilidad y donde por último le hemos dotado de un cuadro de mando para cubrir los requerimientos de reporting ESG. ■

"Eviden lleva mucho tiempo priorizando la descarbonización y en 2021 reforzamos nuestra cartera de servicios de sostenibilidad para convertirnos en líderes en tecnología digital segura y descarbonizada"

EVIDEN

Expanding the possibilities of data and technology

¿Quieres más información?
Descúbrenos aquí:



Deoleo: Plan Maestro de Producción con MRP

POR **CARLOS JODRA MARTÍN**
Director de Consultoría y Tecnología SAP Consultia IT

Deoleo sistematiza su Plan Maestro de Producción aprovechando las capacidades del MRP (Material Requirements Planning) de su sistema SAP.

ANTECEDENTES

Deoleo es un grupo alimentario español, líder mundial en venta de aceite de oliva embotellado, con una amplia presencia internacional y marcas reconocidas en los mercados más importantes del mundo como Carbonell, Maestros de Hojiblanca, Bertolli, Carapelli o Sasso.

Para la fabricación de sus productos, Deoleo cuenta con dos plantas (Alcolea en España y Tavarnelle en Italia) y varios proveedores especializados en el envasado de aceite de oliva. Para su distribución, Deoleo cuenta con filiales con almacenes en varios países: India, EEUU, Canadá, México, Francia, Holanda y Alemania.

Para elaborar el plan maestro de producción, es decir, el número de unidades de cada producto terminado que debe fabricar semanalmente en cada planta, los planificadores de cada Unidad de Negocio realizan para cada filial el cálculo de las necesidades de cada producto terminado en un horizonte temporal de 2 a 5 meses (horizonte a dos meses + los tiempos de tránsito hacia cada país).

Este proceso de planificación se realizaba manualmente sobre un archivo MS Excel para cada filial a partir de información extraída de SAP ECC (Stock, pedidos de ventas, órdenes de compra,...). Posteriormente, se consolidaban dichos archivos MS Excel para determinar unidades a fabricar en cada una de las plantas (Alcolea y Tavarnelle).

Para la fabricación de sus productos, Deoleo cuenta con dos plantas (Alcolea en España y Tavarnelle en Italia) y varios proveedores especializados en el envasado de aceite de oliva

Esta forma de trabajar implicaba utilizar MS Excel como 'cerebro de planificación' delegando en él el cálculo de cantidades, fechas y propuesta automática solicitudes de pedido para dar cobertura a las necesidades de cada filial, presentando ciertos inconvenientes:

- ▶ La planificación se realizaba semanalmente con "datos estáticos" (del momento de la extracción desde SAP), y por tanto con el riesgo de estar planificando sobre datos obsoletos ante cualquier cambio de demanda, de fechas,..., obligando a informar y gestionar manualmente, con el resto de áreas de la cadena de suministro, dichos cambios como excepciones.
- ▶ El resultado de la planificación estaba almacenado en archivos MS Excel, por lo que no era accesibles por el resto de las áreas de la cadena de suministro.
- ▶ La planificación se realizaba con una granularidad temporal mensual. No se tenía visibilidad a nivel semanal o diario.
- ▶ El proceso de planificación se realizaba de manera manual y dependía de la pericia de planificador (tanto en el ajuste de cantidades como en el evitar cometer errores en los cálculos).
- ▶ Implicaba elevada carga de trabajo administrativo para los planificadores y dificultad en la coordinación con el resto de áreas de la cadena de suministro.
- ▶ ...

ENFOQUE SOLUCIÓN

Con el fin de mejorar esta operativa, la Dirección de Demand Planning de Deoleo encargó a Consultia IT un trabajo de Revisión del Proceso de Planificación de Producto Terminado y la viabilidad de ejecutarlo en su sistema SAP ECC considerando que debía basarse en funcionalidad estándar (parametrizable), estar automatizado (sin tratamientos manual), integrado (con el resto de áreas de la cadena de suministro) y escalable (homogéneo e implantable gradualmente por filiales).

En dicho trabajo, se analizaron de manera conjunta los procesos de planificación de producto terminado de cada uno de los países (filiales y fabricantes) y se elaboró (y prototipó) sobre SAP ECC un modelo objetivo de planificación del producto terminado de cada uno de ellos (India, EEUU, Canadá, México, Francia, Holanda, Alemania, Italia y España).



El nuevo modelo de planificación definido se trataba de un modelo base general, personalizable para cada filial según la funcionalidad estándar de SAP. En términos generales, con la ejecución del MRP en cada filial, la demanda real de los clientes procedente de los pedidos de venta se compensa con el forecast semanal (demanda planificada) y en función de la situación del stock y de los aprovisionamientos previstos se generan las nuevas necesidades de aprovisionamiento a las plantas en forma de solicitudes de pedido de traslado. El modelo también considera la planificación de los almacenes de las distintas filiales y la planificación de necesidades de terceros (copackers y repackers).

Consultia IT realizó la implantación en el último trimestre de 2022, y desde enero de 2023, EEUU y Canadá realizan todo el proceso de planificación de necesidades de producto terminado sobre SAP ECC, acorde al nuevo modelo definido. Actualmente, bajo la dirección de Deoleo, el resto de países están en proceso de roll out al mismo tras haber sido validado y asimilado por los planificadores durante su ejecución en las primeras filiales de América.

BENEFICIOS

Con este nuevo modelo de planificación Deoleo ha:

- ▶ Automatizado el proceso de Supply Chain, pasando a trabajar en un modelo de gestión por excepción.
- ▶ Ampliado el horizonte de planificación y reducido la granularidad temporal. Se tiene visibilidad a nivel semanal y diario.

Consultia IT realizó la implantación en el último trimestre de 2022, y desde enero de 2023, EEUU y Canadá realizan todo el proceso de planificación de necesidades de producto terminado sobre SAP ECC, acorde al nuevo modelo definido

- ▶ Optimizado el nivel de stock, productividad y nivel de servicio
- ▶ Reducido el trabajo administrativo de los planificadores y los errores por operativas manuales
- ▶ Mejorado la coordinación con el resto de áreas de la cadena de suministro (todos tienen visibilidad en tiempo real).
- ▶ Eliminado las operativas manuales y archivos MS Excel en el proceso de planificación.

En resumen, se ha conseguido hacer más con menos, mejorar la operativa y niveles de servicio optimizando costes de stocks y esfuerzos administrativos. ■





EWC, Una solución para gobernarlos a todos

POR **DÍDAC PEÑA PÉREZ**
cbs Managing Director

E-Invoice World Cloud es nuestra solución integral concebida para cubrir las 4 áreas clave de los requisitos de cumplimiento electrónico exigidos a las empresas internacionales. UNA solución con UNA única interfaz y plena integración con SAP para garantizar la perfecta aplicación de los requerimientos legales de cada país en todos tus procesos.

La gran verdad sobre la facturación electrónica es que no existe una norma mundial. Cada país/autoridad diseña, publica y establece sus propias soluciones. Por lo tanto, es imposible que exista una solución fija, ya que el objetivo está en constante movimiento y es impredecible. E-Invoice World Cloud es el siguiente paso en la evolución de los procesos digitales y llena el vacío existente entre el EDI "clásico" y las implicaciones de los procesos actuales. Por eso, en cbs ofrecemos esta solución integral para cubrir todos los aspectos del E-Invoicing y el E-Compliance.

CLAVES DEL EWC DE CBS

- ▶ **Reducción de la complejidad.** El uso de nuestra Cloud Solution reduce en gran medida la complejidad de tu sistema SAP así como de las interfaces externas.
- ▶ **Externalización de las tareas no planificadas y repetitivas.** Olvídate de molestar a los especialistas centrales de TI con tareas nacionales específicas y alcanza un nuevo nivel de automatización para tu empresa.
- ▶ **Rapidez ROI / Menor TCO.** Nuestro contenido en la nube se distribuye entre todos los clientes globales, lo que reduce los costes totales por cliente.
- ▶ **Seguimiento automático de cambios legales.** Relájate y deja que nuestro Consejo de Cambios Legales haga el trabajo. Controlamos, evaluamos e implementamos los cambios legales automáticamente.

¿QUÉ DICEN DE NOSOTROS NUESTROS CLIENTES?

"Desde el inicio de nuestra colaboración en 2017, hemos implementado con éxito las soluciones de facturación electrónica de cbs en España, Italia, México y actualmente en Rumanía. La ventaja clave radica en la uniformidad de un único sistema de soporte, lo que simplifica tanto la operación interna como la adaptación del sistema. Además, la constante comunicación con cbs garantiza un control total sobre las actualizaciones y novedades en todas nuestras implementaciones internacionales."

RÖCHLING AUTOMOTIVE

+ 30 países cubiertos en Latinoamérica, Europa y Asia
| + 10 millones de mensajes procesados | + 500 clientes.
99,9% de disponibilidad | Centro de datos con certificación ISO 27001 | Máxima satisfacción del cliente



Consultia **it**
Real business solutions

Si te propones llegar más lejos

podemos ayudarte a alcanzar tus objetivos



Nuestros servicios pretenden dar respuesta a las necesidades de las empresas en la implantación y explotación de sus sistemas SAP, siempre en estrecha colaboración con las áreas funcionales y de negocio.

SERVICIOS

Consultoría
Implantación
Mantenimiento

COMPETENCIAS

Logística / Finanzas
Ecommerce
Movilidad
S/4 Hana
Integración
Técnica de Sistemas

Oficina Madrid
Paseo del Pintor Rosales 44
Madrid, España

Oficina Barcelona
Plaza de Urquinaona 6, Planta 13
Barcelona, España

Oficina Panamá
Obarrio, Calle Samuel Lewis 56 Este
Edificio Panama Desing Center
Piso 18 Oficina 18 A
Ciudad de Panamá, Panamá

Oficina México
Av. Homero #1837
Col. Polanco Los Morales, 11510
Ciudad de México, México

SAP® Partner
Open Ecosystem

www.consultia.biz

El 45% de las empresas españolas apuesta por la nube híbrida

POR **EDUARD BONET**
director de Servicios Cloud en SEIDOR

La mayoría de estas entidades manejan un escenario multicloud, donde 3 de cada 4 admiten que sus infraestructuras basadas en el cloud son un facilitador para conseguir la agilidad que precisan en sus negocios.

S EIDOR, consultora especializada en servicios y soluciones tecnológicas, presenta el informe **Estado del Cloud en España 2023**, que ha desarrollado IDC, principal firma mundial de inteligencia de mercado. Según la investigación, el **45% de las empresas españolas ha adoptado una estrategia de nube híbrida**, manejando el 90% de ellas un escenario multicloud en un contexto en el **que la nube está jugando progresivamente un papel más relevante**. Estos son algunos de los datos más significativos que extrae el investigador de la publicación, José Antonio Cano, director de Análisis y Consultoría en IDC.

UNA OPORTUNIDAD PARA MODERNIZAR INFRAESTRUCTURAS

Las compañías tienen cada vez más necesidad de poder integrar adecuadamente las nuevas tecnologías en sus operaciones con tal de seguirle el ritmo al mercado. Es por ello que la inversión en cloud, garante de una mayor agilidad, velocidad y flexibilidad, está ocupando buena parte de la estrategia de muchas entidades. Según el estudio, **el 75% de las organizaciones en España señalan**

que sus infraestructuras basadas en el cloud son un facilitador para conseguir la agilidad que precisan en sus negocios.

Esta situación, justifica la oportunidad de modernización para las empresas de sus sistemas en la nube. De acuerdo con los datos de IDC, el 82% de las entidades españolas consideran que la agilidad tiene una importancia estratégica de cara al éxito de sus operaciones. Eso quiere decir que la gran mayoría de las compañías a nivel nacional son conscientes de que no pueden permitirse quedarse rezagadas por el hecho de que sus infraestructuras no estén a la altura. Ello potenciará su interés por asumir el reto de la integración de nuevas tecnologías como el cloud y, consecuentemente, buscarán la ayuda de consultoras tecnológicas, abriéndose así nuevas oportunidades de negocio.

ENFOQUE CLOUD CENTRADO EN RESULTADOS EMPRESARIALES

Independientemente de que haya compañías con mayores dificultades para avanzar en transformación digital, lo cierto es que esta se encuentra actualmente en el epicentro de incontables entidades europeas. Según IDC, **el 40% de las organizaciones van a reorientar**

en 2023 su criterio de selección de soluciones en la nube para darle más peso a los resultados empresariales que a las especificaciones técnicas. Un giro de estrategia como este precisa, inevitablemente, de una mayor y más estrecha colaboración entre los proveedores de estos servicios y sus clientes. La función, cada vez más relevante, de los primeros es ayudar a los segundos a lograr sus objetivos empresariales a través de la gestión de los procesos de adaptación a la tecnología, que tocan tanto aspectos financieros como TI.

Para muestra del auge de la nube pública en sistema actual están las proyecciones de crecimiento vigoroso de IDC. La entidad estima que este mercado podría alcanzar los **6.878 millones de euros para 2026**, lo que supondría una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 13,7%. La nube pública gana terreno de esta manera tras haberse consolidado como la opción de confianza para desplegar aplicaciones y servicios empresariales de forma rentable, intuitiva y con capacidad de escalabilidad.

PROPUESTA DE VALOR DE SEIDOR

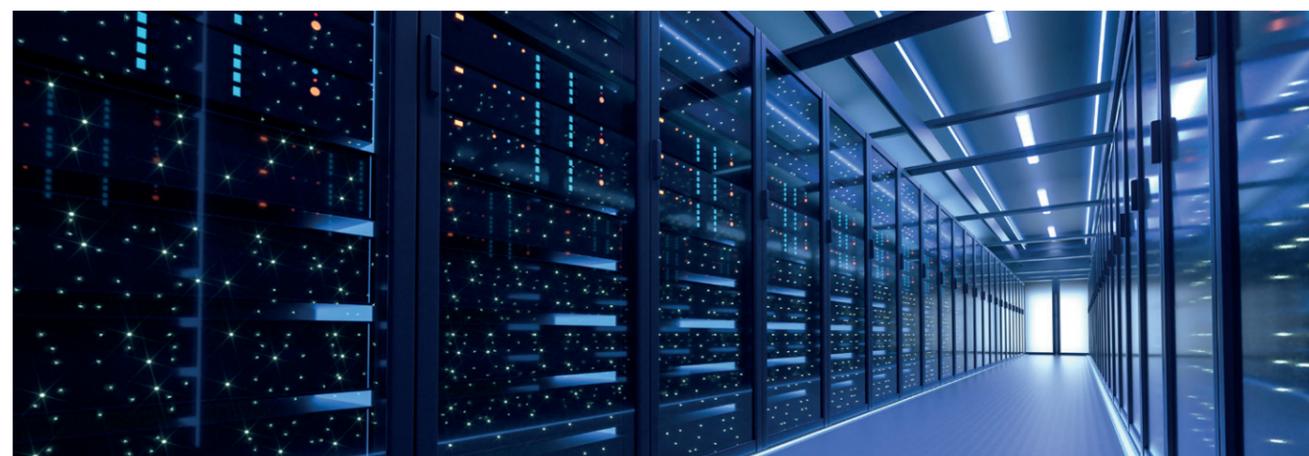
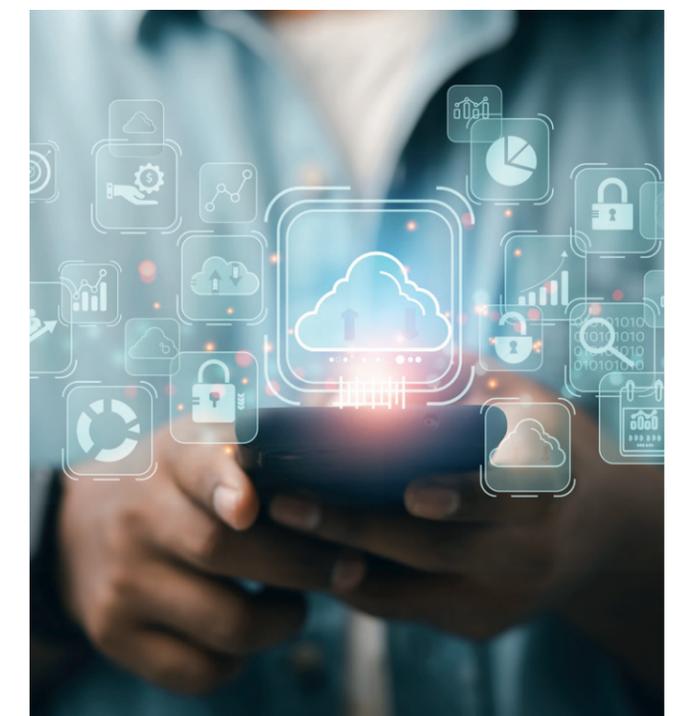
En **SEIDOR** se considera que una gestión efectiva del cloud es esencial para mantener los recursos controlados, siempre con una optimización de costes y garantía de éxito. La compañía apuesta por la **visión multicloud** para proporcionar a los clientes las soluciones más adecuadas y darles la oportunidad de seleccionar lo mejor de cada opción, pues no todas las nubes son iguales. Además, se ha diseñado un servicio que responde a los mayores desafíos del entorno.

Eduard Bonet, director de Servicios Cloud, señala el valor de este servicio. "Creemos que los departamentos de IT deberían ser grandes activos respecto a la aceleración del negocio de una compañía. Por ello, proponemos atajar nosotros los desafíos más técnicos de la adaptación al cloud, siguiendo un plan estratégico de migración y transformación claro y efectivo. Al final, se trata de ofrecer a nuestros clientes soluciones ante las inseguridades que les genera un sistema complicado", argumenta.

Descárgate el **Informe del Estado del Cloud 2023** en España y conoce todos los detalles. ■



En SEIDOR se considera que una gestión efectiva del cloud es esencial para mantener los recursos controlados, siempre con una optimización de costes y garantía de éxito



¿Te gustaría obtener el feedback directo de tus clientes finales?

POR **ARRATE SÁNCHEZ**

Responsable del área Customer Experience



Los CRMs y soluciones de ticketing permiten la obtención de la opinión y el control de la satisfacción del cliente mediante soluciones estándar del sistema, como son: la realización de encuestas, la apertura y gestión de tickets de soporte postventa, el seguimiento de visitas y citas, etc. Pero ¿qué ocurre cuando no conocemos el consumidor final de nuestro producto? ¿Cómo obtenemos su feedback, si no tenemos sus datos? ¿Cómo nos aseguramos de que su valoración nos llega "sin interferencias del intermediario"? ¿Cómo podemos discernir si un problema viene derivado del producto o del distribuidor? Feel2Sales es un producto 100% desarrollado por Oreka IT que permite recopilar el feedback de los consumidores finales, de un modo directo y sin intermediarios, y lo asocia con los datos específicos del producto, como tipologías o lotes de fabricación.

Feel2Sales es capaz de comunicarse con los distintos sistemas de gestión de la empresa, ERP y CRM, como SAP Sales & Service Cloud y Salesforce, enviando los datos y el feedback de los clientes, a la vez que pone a disposición de estos, mediante su servicio web, toda la información adicional y relevante que se quiera transmitir, y todo, mediante la simple inclusión de un código QR en el producto.

¿QUÉ FUNCIONALIDADES CUBRE?

Tipos de interacciones que ya contempla Feel2Sales en la versión estándar:

- ▶ Poner a disposición del cliente información adicional sobre el producto o documentación disponible en repositorios externos.
- ▶ Obtener datos del cliente final.
- ▶ Realizar encuestas de satisfacción de producto asociadas a lotes, a categorías, a tipos, etc.
- ▶ Enviar incidencias de servicio post venta, consiguiendo trazabilidad de los intermediarios del canal involucrados.
- ▶ Dar de alta productos registrados y activar garantías.

... o aquella que tu negocio necesite ya que la adaptamos e implantamos para cada caso en concreto.

Feel2Sales se integra con SAP S/4HANA, SAP Sales & Service Cloud y Salesforce, pero cuéntanos tu caso y haremos que forme parte de tu infraestructura

¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

A aquellas empresas que comercialicen productos a través de distribuidores o intermediarios, y/o que quieran poder generar inputs directos de sus clientes y productos directamente en sus sistemas de gestión.

¿CÓMO ENCAJA EN MIS PROCESOS DE NEGOCIO?

Cada QR podrá estar asociado al lote de producción, de forma que toda la interacción generada a través de su lectura quedará asociada a un lote en concreto. El nivel de granularidad y trazabilidad con relación a datos del CRM será el que el cliente decida en cada caso.

La lectura del QR llevará a un sitio web destinado a generar las interacciones con los consumidores finales, pudiendo realizar diferentes acciones que obtengan nuevos datos en tu CRM.

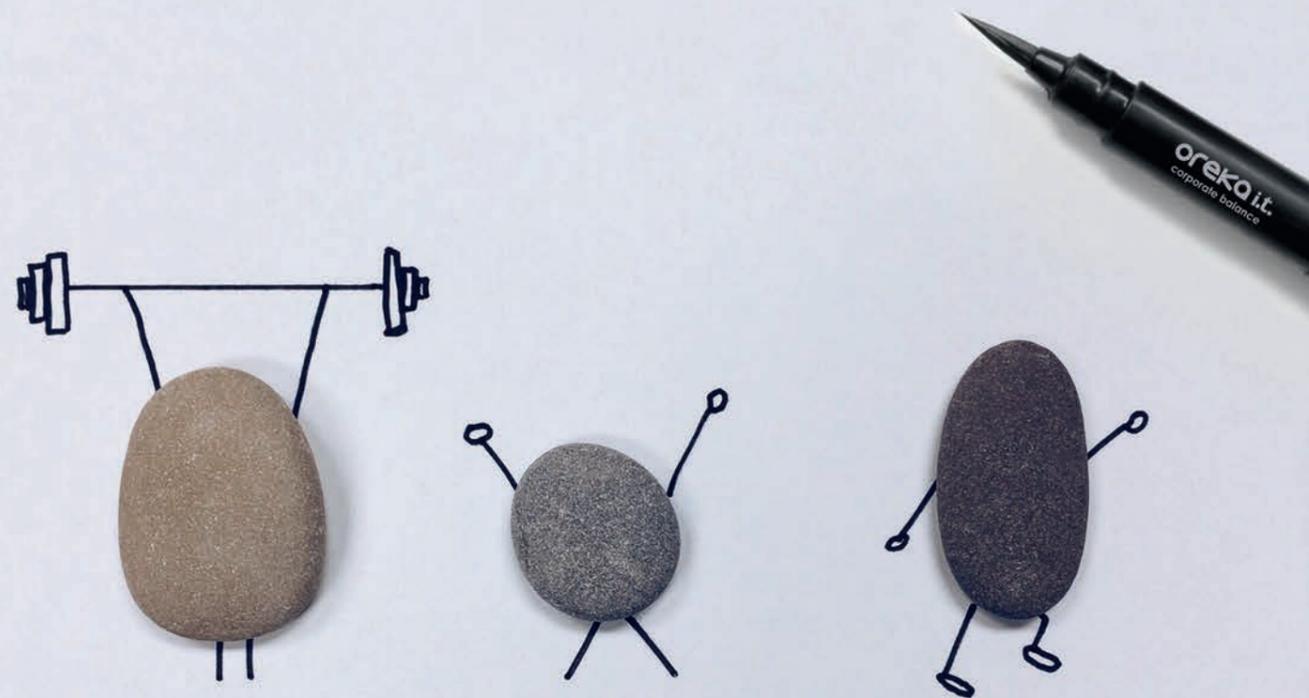
Feel2Sales se integra con SAP S/4HANA, SAP Sales & Service Cloud y Salesforce, pero cuéntanos tu caso y haremos que forme parte de tu infraestructura.

¿CÓMO LO COMERCIALIZAMOS?

Lo implantamos en formato Software as a Service, basándonos en el número de interacciones y registros creados. Es decir, pago en función del uso de la solución por parte del consumidor final.

¿Te ha picado el gusanillo? Contacta con nosotros para más información y conocer cómo podría Feel2Sales ayudar a mejorar la experiencia y retención de tus clientes finales. ■

oreka i.t.
corporate balance



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

| 945 067 219

orekait@orekait.com | www.orekait.com



NEWSLETTER



¿Cuál es la clave del éxito en una transformación digital?

POR **MARÍA MONTSERRAT COTELO GARCÍA**

Procurement Expert en NTT DATA

Como sabemos, la era de la transformación digital está marcando la ruta en las agendas de las empresas en los últimos años. Todas buscan efficientar sus procesos, optimizar tiempos, minimizar costes... Pero no debe ser una tarea fácil cuando el informe de 2020 de Boston Consulting Group encontró que un 70% de los proyectos de transformación digital no alcanzan sus objetivos establecidos, incluso cuando el liderazgo de la empresa está totalmente de acuerdo con la idea de adaptación digital. **¿Qué es lo que estamos haciendo mal?**

El problema que nos encontramos es de concepto, es decir, **toda transformación digital primero va de pensar y después de buscar las herramientas tecnológicas que mejor se adapten a tus requerimientos y/o nivel de madurez.** Es posible que tengas la mejor herramienta del mercado pero que ésta no se adapte a tus necesidades, con lo que la consecuencia será que tus empleados no la utilicen y que la empresa no pueda retornar la inversión realizada.

Desde nuestra **capability "One Procurement"** somos expertos en satisfacer cualquier necesidad que tenga un Chief Product Officer (CPO) en materia de procesos, tecnología y operaciones, **y hemos identificado cuáles son los errores más comunes** al adoptar

únicamente un enfoque tecnológico en una transformación digital.

Es por ello que **nuestra recomendación para alcanzar el éxito** siempre pasará por pensar en un enfoque integral de transformación. Dicho de otra manera, si la compañía no aborda una optimización de procesos previa a la digital, la herramienta no generará el valor deseado por la parte de negocio.

Para poder llevar a cabo una perspectiva holística de la función **es imprescindible contar con la participación de las distintas áreas que participan tanto directa como indirectamente en el proceso.** Debemos conocer perfectamente sus necesidades, cómo realizan ahora las tareas, cómo permitiría optimizarlas... y en base a esto buscar la mejor herramienta del mercado que mejor se adapte a sus requerimientos.



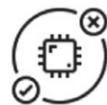
Procesos ineficientes



Toma de decisiones no estratégicas



Arquitectura técnica desacoplada



Datos inexactos



Resistencia al cambio



Perfiles poco profesionalizados



Errores de compliance



Objetivos & Necesidades no alineados



Desde **One Procurement**, conocemos perfectamente el problema tan recurrente que existe y es por eso por lo que hemos **diseñado una metodología propia que permite alcanzar el éxito de cualquier proyecto de transformación digital** en términos no solo de transformación sino también de implantación y costes.

A continuación, enumeramos unos consejos que te pueden ser muy útiles si estás pensando en llevar a cabo un proyecto de transformación digital:

- ▶ **1. SPONSORSHIP.** Es imprescindible que, si van a llevar a cabo un proyecto de esta envergadura, consigan una **esponsorización y respaldo a altos niveles en su organización.** De lo contrario, el fracaso está asegurado.
- ▶ **2. MODELO GLOBAL.** Si lo van a ejecutar a nivel internacional, es muy importante que definan un **modelo global de transformación que identifique todos los localismos por país.** Una vez definido el modelo será vital realizar un benchmarking de selección de herramienta y seleccionar a un partner para implementarla.

Es posible que tengas la mejor herramienta del mercado pero que ésta no se adapte a tus necesidades, con lo que la consecuencia será que tus empleados no la utilicen y que la empresa no pueda retornar la inversión realizada

Si la compañía no aborda una optimización de procesos previa a la digital, la herramienta no generará el valor deseado por la parte de negocio

- ▶ **3. ADOPCION.** La organización debe **invertir en un Plan de Gestión del Cambio** que garantice una transición exitosa a través de un **plan de comunicación, formación y seguimiento.** La transformación no solo va de procesos y herramientas, sino que también va de personas.
- ▶ **4. CONOCIMIENTO.** Es imprescindible contar con un equipo multidisciplinar que sume todas las capacidades necesarias (conocimiento digital, estratégico y de operaciones).
- ▶ **5. RESULTADOS.** En cualquier proyecto es vital **analizar y medir los resultados con el objetivo de calcular el retorno de la inversión (ROI).** Y es que no existe una mejor manera de vender los éxitos alcanzados a tu organización.

Y por último, y no menos importante, antes de poneros manos a la obra, **es muy importante seleccionar las personas clave / interlocutores con poder de decisión en cada uno de los departamentos de la compañía.** Estos interlocutores deben velar no solo por la consecución de los resultados sino también por el cumplimiento del planning establecido. Las indefiniciones en cualquier proyecto de transformación pueden arrastrar muchos riesgos a su consecución. ¡Prepárate para un gran reto! ■

Modernizar tu sistema SAP: beneficios y eficacia con menor riesgo



POR **ANDRÉS QUINTERO**
Chairman & CEO ASER IT

Acometer el upgrade de tu sistema SAP es una de las decisiones más importantes que tendrás que afrontar en breve. Sin embargo, hemos detectado que muchas empresas optan por limitar el alcance de este cambio exclusivamente a su vertiente técnica, ya que consideran este reto como un proyecto demasiado complejo en tiempos, costes y riesgos. Anclarse en este planteamiento, debes saberlo cuanto antes, te llevará a perder una gran oportunidad para determinar el impacto del modelo operativo empresarial en tu compañía durante la próxima década.

Para maximizar vuestra independencia y la libertad de acción se requieren velocidad, flexibilidad, escalabilidad y sostenibilidad económica. Eso significa tomar decisiones tecnológicas. Algo totalmente contrario a cómo se parametrizó y desarrolló vuestro SAP actual, un sistema que abarca a toda la compañía y donde las dependencias complejas hacen que la toma de decisiones con autonomía resulte prácticamente imposible, lo que agrava significativamente la deuda técnica acumulada de vuestra empresa.

¿QUÉ PROPONEMOS?

Pasar de un pensamiento centrado en el ERP a una organización de plataforma moderna. Nuestro enfoque se caracteriza específicamente por tratar el sistema SAP S4HC como una suma de capacidades en lugar de una pila monolítica. Esto requiere una mayor modularidad y un núcleo ERP eficiente. Con ese objetivo, antes de iniciar el proyecto de upgrade, definimos un mapa de capacidades del SAP actual, determinando su estructura y distinguiendo entre procesos diferenciadores y básicos. Los primeros aportan valor al negocio, lo que en algunos casos permite utilizar SAP BTP para desarrollarlos o consolidarlos a través de microservicios, mientras que otras veces se hace necesario que sean independientes del ERP. Los procesos básicos, por su parte, proporcionan estabilidad, seguimiento y funcionalidad, una variante ante la que siempre nos adaptaremos al estándar.

Reducir la complejidad de la configuración monolítica de vuestro actual sistema SAP exige emprender tres acciones clave. La primera se fundamenta en extraer la personalización de los procesos básicos, simplificándolos y haciéndolos 100% estándar. El segundo

El enfoque de ASER IT se caracteriza específicamente por tratar el sistema SAP S4HC como una suma de capacidades en lugar de una pila monolítica

paso esencial es desacoplar los procesos diferenciadores, y el tercero, aprovechar la plataforma de SAP BTP para crear una nueva capa entre el sistema central y las aplicaciones, lo que suprimirá cualquier conexión innecesaria.

En esencia, la adopción desde el comienzo de un enfoque SAP S4HC public edition en los procesos base aporta el Core para los procesos diferenciadores. De esta manera, la modernización de módulos —no nos gusta hablar de actualización— deja de ser un único proyecto desarrollado en un plazo largo y se materializa como una serie de proyectos más pequeños y concretos. Esta delimitación del alcance reduce el riesgo y pospone gastos, que pueden asignarse a programas de transformación que generen valor rápidamente.

Consolidar los cimientos de una compañía significa abrir caminos innovadores y adoptar las mejores soluciones para optimizar gestión, trabajo y vida. El futuro, no hay duda, es hoy y la oportunidad ya se ha presentado. ■



Haz que tu Upgrade tenga un verdadero IMPACTO en tu organización

El Hilo Invisible: La combinación de la omnicanalidad y la IA, más allá del marketing convencional

POR **JESÚS GONZÁLEZ SÁNCHEZGADEO**
Director de SAP en Enterprise and Services en Inetum

En los últimos años, el sector del comercio minorista ha experimentado una transformación acelerada impulsada principalmente por la digitalización y la irrupción del comercio electrónico. Esta evolución ha cambiado las expectativas de los consumidores, que buscan una experiencia "seamless" (eliminación de barreras entre canales) e integral a través de todos los canales.

Ante este escenario, las empresas han comprendido que para competir eficazmente en el nuevo entorno es vital disponer de un enfoque verdaderamente omnicanal que facilite la multicanalidad. La omnicanalidad se ha convertido en el *Santo Grial* para proporcionar una experiencia de compra donde cada uno se siente el protagonista, el centro de atención.

Y ¿de qué hablamos cuando decimos omnicanalidad? ¿Qué podemos conseguir si además aplicamos Inteligencia Artificial? ¿Cómo implementar modelos omnicanales efectivos que aporten valor y crecimiento al negocio? En las soluciones de SAP encontramos las respuestas. Vayamos por partes.

LA OMNICALIDAD: UNA ESTRATEGIA PARA EL ÉXITO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

La omnicanalidad es mucho más que una simple apuesta empresarial. Se trata de una forma de crear una experiencia de compra coherente y fluida para los consumidores a través de una amplia gama de canales de interacción. Esto significa que los minoristas deben integrar perfectamente todos los puntos de contacto con el cliente, desde tiendas físicas hasta sitios web, aplicaciones móviles, centros de llamadas y redes sociales. La idea es que el consumidor



perciba al minorista como una entidad única, independientemente de cómo inicie su interacción o dónde finalice su compra.

Para lograr este objetivo es esencial que la información, incluyendo disponibilidad de productos, precios, datos de pedidos y detalles de los clientes, se mantenga consistente en todos los canales. La tienda física se convierte en un reflejo de la oferta en línea, y viceversa. Además, el canal inicial de la experiencia del cliente se convierte en el conductor de las interacciones posteriores, lo que garantiza una transición sin problemas y una experiencia personalizada en cada etapa.

La omnicanalidad elimina las barreras entre los canales y crea un entorno donde el cliente se desplace de manera fluida, recibiendo un servicio adaptado a sus necesidades y una experiencia de compra sin fisuras en cada punto de contacto con la marca. Al aprovechar la gestión de datos y la personalización, las empresas pueden ofrecer ofertas, recomendaciones y experiencias altamente relevantes, creando así relaciones sólidas y duraderas con los consumidores en la era digital. En resumen, la omnicanalidad es la clave para crear una experiencia de compra cercana y personalizada en un mundo cada vez más digitalizado.

NO HAY IA SIN OMNICALIDAD: LA SIMBIOSIS DEL RETAIL MODERNO

La omnipresencia de la Inteligencia Artificial (IA) en el retail moderno es innegable, y su vínculo inseparable con la omnicanalidad es una realidad que ha revolucionado la forma en que las empresas se relacionan con sus clientes. La IA, con su capacidad para analizar grandes volúmenes de datos, comprender patrones de comportamiento y automatizar procesos, se ha convertido en el motor que impulsa la eficiencia y la personalización en la estrategia omnicanal. En este entorno, la combinación entre omnicanalidad & IA no es solo un concepto, sino una necesidad imperante. Los minoristas que buscan mantenerse competitivos y relevantes se han dado cuenta de que la IA es la herramienta que potencia la omnicanalidad (siempre y cuando se hayan eliminado previamente las barreras entre los distintos canales) permitiendo una interacción fluida y personalizada en todos los puntos de contacto con el cliente. Esta simbiosis ha dado lugar a una experiencia de compra más rica y satisfactoria, donde los consumidores obtienen productos y servicios adaptados a sus preferencias, mientras que las empresas pueden tomar decisiones informadas y eficaces para mantenerse al tanto de las cambiantes

demandas del mercado. En resumen, en el mundo del retail moderno, la IA y la omnicanalidad están entrelazadas de manera indescifrable, forjando un camino hacia un futuro más prometedor y competitivo para aquellos que abrazan esta simbiosis con visión estratégica.

¿POR QUÉ ES TAN IMPORTANTE IMPLEMENTARLA?

Existen tres razones fundamentales que explican por qué la omnicanalidad + IA cuenta tanto para las empresas del retail:

- ▶ **1. Se adapta perfectamente a los nuevos hábitos de los consumidores.**
Los consumidores actuales están acostumbrados a tener todo tipo de información y servicios disponibles las 24 horas los 7 días de la semana a través de múltiples pantallas. Buscan una experiencia fluida que les permita utilizar los canales indistintamente según sus necesidades en cada momento. Según datos recientes, más del 60% ya combina el canal físico con el online en sus compras minoristas. Mientras que, el 80% utilizan sus smartphones para investigar productos antes de comprar en tienda. Estas cifras irán en claro aumento, por lo que las minoristas deben ofrecer soluciones omnicanales muy personalizadas si no quieren perder relevancia ante los clientes. De lo contrario, optarán por la competencia que sí lo haga.
- ▶ **2. Incrementa los índices de conversión y las ventas**
Al facilitar al cliente continuar su experiencia allí donde la dejó, la omnicanalidad reduce el abandono de carritos de compra online y el desistimiento en tienda. Según estudios, el 77% de los clientes que abandonan una experiencia de compra en un canal terminan su compra en otro. Esto se debe a que prefieren completar el proceso donde les resulta más conveniente y se sientan más identificados y tratados como "cliente único".
- ▶ **3. Optimiza los costes de distribución y operativos**
Al disponer de un inventario único visible desde todos los canales, se reducen las existencias duplicadas y las roturas de stock. Esto minimiza la necesidad de sobre estocaje y sus costes logísticos asociados.

DESDE INETUM & SAP CREAMOS PROYECTOS DE ÉXITO OMNICAL

Inetum dispone de profesionales altamente cualificados para poder implementar productos específicos de SAP que aportan soluciones a la creación de experiencias de cliente únicas:

- ▶ **Gestión de la cadena de suministro.** RISE with SAP S/4HANA for Retail satisface la planificación colaborativa interfuncional, la optimización del stock, los procesos de pedidos multicanal y toda la gestión financiera.
- ▶ **Gestión de ventas online.** SAP Commerce, ofrece una visión unificada del inventario, precios, pedidos y clientes entre canales.
- ▶ **Gestión de clientes.** Customer Data Cloud, Sales Cloud, Emarisys, proporciona una visión 360° del cliente, un CRM multicanal y herramientas de marketing omnicanal.
- ▶ **Operaciones minoristas.** RISE with SAP S/4HANA for Retail para tiendas minoristas permite la gestión unificada de inventario, pedidos y proveedores en tienda y online.
- ▶ **Análisis de datos.** SAP Analytics Cloud facilita obtener insights valiosos a partir de grandes volúmenes de datos transaccionales y de comportamiento.

Las soluciones SAP satisfacen los requisitos técnicos y funcionales para gestionar de manera integral todas las capacidades del negocio, a través de una combinación de aplicaciones nativas en la nube.

Su arquitectura de base de datos permite la gestión del "dato único o Golden Record" y su arquitectura abierta nos permite integrar nuestra estrategia omnicanal con otras soluciones de terceros. SAP nos ofrece una potente plataforma digital para transformar de forma exitosa el modelo de negocio hacia un enfoque verdaderamente omnicanal.

El conocimiento de Inetum y SAP permite potenciar el crecimiento del negocio, eliminar silos de información y fomentar que todos los departamentos trabajen como una orquesta perfectamente armonizada, con una estrategia omnicanal adaptada a las necesidades concretas de cada cliente. ■



Minsait optimiza el mantenimiento de Ence con aplicaciones de movilidad

Ence ha desarrollado con Minsait, una compañía de Indra, aplicaciones móviles basadas en la plataforma tecnológica de SAP, permitiéndole optimizar los procesos de mantenimiento en sus plantas de producción de celulosa y energía renovable.

POR JAVIER ARRANZ GARCÍA

Asset Management Senior Expert en Minsait

La empresa, referente europeo en producción de celulosa de eucalipto y primera en España en producción de energía renovable con biomasa agrícola y forestal, se basa en la gestión responsable y sostenible de los recursos agroforestales.



LA IMPORTANCIA DE LA MOVILIDAD EN EL MANTENIMIENTO DE PLANTA

Ence cuenta con alrededor de 179 empleados directos y con 15 contratadas implicadas en el mantenimiento de sus nueve plantas productivas de celulosa y energía.

Las particularidades de la producción de pasta de celulosa, con líneas productivas que funcionan en régimen 24x7, convierten en prioritaria la optimización del mantenimiento.

En este contexto se han puesto en marcha las siguientes iniciativas estratégicas:

- ▶ Implantación del mantenimiento predictivo basado en herramientas de IA.
- ▶ Integración del mantenimiento con los sistemas de supervisión de fábrica.
- ▶ Movilización de la fuerza de trabajo.

Movilizar la fuerza de trabajo ha sido siempre una de las propuestas prioritarias de optimización del área de mantenimiento porque permite mejorar la eficiencia en los siguientes aspectos:

- ▶ **Reducción** de los tiempos de preparación y asignación de las tareas, al evitar el uso de papel y prevenir la necesidad de volver a la "casilla de salida" para abordar nuevas tareas.
- ▶ **Optimización** en la ejecución de las tareas, al liberar a los mandos (que son los mejores mantenedores) de tareas administrativas que asumen los operarios.
- ▶ **Mejora** en la calidad del dato, al capturarse en campo, es decir, directamente sobre la aplicación.
- ▶ **Aumento** de las funciones de los operarios, al incrementarse el tiempo disponible y gracias a la capacidad de los dispositivos móviles para añadir nuevas funcionalidades.
- ▶ **Incremento** del control sobre las operaciones realizadas, al ser más sencilla la carga de datos desde la aplicación.

BÚSQUEDA DE LA MEJOR OPCIÓN PARA ENCE

Para abordar esta iniciativa, Ence, junto a Minsait, inició la búsqueda de una herramienta que cumpliera los siguientes requisitos:

- ▶ Posibilidad de trabajar en entornos con poca cobertura e, incluso, sin conexión.
- ▶ Integración total con SAP, que es el ERP corporativo.
- ▶ Adaptación completa a los procesos de mantenimiento en planta de Ence.
- ▶ Escalabilidad, posibilidad de desarrollo rápido de nuevas aplicaciones (haciendo uso de herramientas de desarrollo low code).
- ▶ Que soporte distintos dispositivos y sistemas (totalmente adaptable).
- ▶ Optimización de las capacidades de los dispositivos, accediendo a funcionalidades como la captura de imágenes o lectura de códigos QR o de barras.

Para dar cobertura a todos estos requisitos, finalmente se seleccionó la herramienta **SAP Business Application Studio**, disponible en la plataforma **Business Technology Platform de SAP**.

CONSTRUYENDO CON SAP BUILD FOR LOW CODE

Basándose en los principios de la metodología ágil, Minsait planteó un **prototipo** construido en la herramienta **SAP Build** con capacidades de generación y automatización de código, que fue presentado a los usuarios y sirvió para diseñar las pantallas y el flujo de la aplicación.

Una vez construida la primera versión de la aplicación de gestión de rutas, se desplegó en una planta piloto y se ajustó la aplicación

y el modelo de sincronismo para optimizar su eficiencia. En esta etapa, las facilidades de desarrollo low code de la plataforma permitieron plantear un escenario de evolución continua con **entregas semanales**.

Durante este proceso de depuración sobre la marcha también se seleccionaron los dispositivos más adecuados, que resultaron ser los teléfonos inteligentes en lugar de tabletas dada la necesidad de los operarios de tener una mano libre en todo momento.

NUEVAS APLICACIONES PARA LA PLANTA

El resultado es el despliegue de las aplicaciones de gestión de rutas y gestión de averías en las plantas de Navia, Pontevedra y Huelva, movilizándose las funciones de más de 60 usuarios.

La aplicación de rutas facilita la gestión de las inspecciones y rondas que forman parte del mantenimiento predictivo, proponiendo a cada visitador las tareas a realizar y su secuencia. De esta manera, se reducen los tiempos de desplazamientos por la instalación.

Sobre esa lista, el visitador marca las tareas realizadas y completa la información relevante. Adicionalmente, desde la misma aplicación, el operario crea y notifica órdenes de trabajo de otros tipos de mantenimiento (preventivo o correctivo) y registra lecturas de las señales de los equipos.

La gestión de averías cubre el ciclo completo de mantenimiento correctivo, permitiendo la creación y visualización de avisos de avería de una manera muy ágil, incluyendo la toma de imágenes y la creación automática de las correspondientes órdenes de trabajo.

Durante sus primeros 18 meses de funcionamiento, las aplicaciones han dado soporte a 60 operarios, que han gestionado 70.000 operaciones de rondas de inspección en 10.000 órdenes de trabajo.

BENEFICIOS PARA LA ORGANIZACIÓN Y SIGUIENTES RETOS

Tras esta experiencia inicial, los resultados más relevantes son:

- ▶ Refuerzo de la digitalización, toda la información necesaria para el trabajo de los operarios está disponible de la aplicación, con lo que se evita el uso de soportes auxiliares como hojas de cálculo o similares.
- ▶ Aumento de un 6% del tiempo de operación disponible para los visitadores (más de 6.000 horas anuales).
- ▶ Mejora y optimización de procesos: seguimiento, registro de averías, toma de señales, captura de imágenes.

Para todos estos escenarios, la plataforma SAP Business Technology Platform ha demostrado ser el soporte adecuado por sus capacidades de prototipado, desarrollo low code y rápido despliegue.

Además, el modelo puesto en marcha por Ence es completamente escalable, lo que permite a la compañía enfrentarse a nuevos retos:

- ▶ Despliegue de las aplicaciones en todas las plantas.
- ▶ Incorporación de nuevas funcionalidades para mejorar el mantenimiento.
- ▶ Extensión a otras áreas de la compañía como producción y seguridad y salud.

De esta manera, Ence avanza en su objetivo de optimizar la vida útil de sus activos y reforzar su eficiencia y competitividad, logrando así mantener su posición de empresa de referencia en los sectores en los que opera. ■



Impulsar la sostenibilidad de las empresas desde las personas

POR TERESA CASTAÑO
 Experta en Transformación Digital de RRHH en SAP

LA SOSTENIBILIDAD, EL NUEVO IMPERATIVO DE NEGOCIO

Recursos naturales cada vez más escasos, el cambio climático, la división social y económica, los cambios en las preferencias del consumidor, el activismo de los empleados, el aumento de las regulaciones, la creciente desconfianza institucional... Todo ello significa que las empresas están siendo valoradas en base a sus beneficios, pero también en base a su propósito y están siendo sometidas a una enorme presión simultánea por parte de clientes, inversores, empleados y reguladores.

- ▶ El 79% de los **consumidores** están cambiando sus hábitos de consumo teniendo en cuenta las prácticas de sostenibilidad en las organizaciones.
- ▶ Se estima que antes del 2025 el 50% de los activos gestionados por **inversores**, girarán en torno a criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG: Economic and Social Governance).
- ▶ El 90% de los **empleados** declaran que los esfuerzos de ESG de una organización mejoran la satisfacción laboral.

Este contexto está acelerando la necesidad de activar la sostenibilidad como la próxima ola de transformación digital y de negocio.

LAS PERSONAS, AL CENTRO DE LAS ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD

Hay tres pilares centrales de sostenibilidad en las estrategias ESG, y afectan a todos los aspectos de nuestras vidas: la sociedad, el medio ambiente y la economía. Todas ellas tienen un punto importante en común: las personas. En consecuencia, el Área de Personas tiene un rol protagonista al convertirse en el facilitador e impulsor de las prácticas de sostenibilidad en la gestión de personas. Para SAP, la sostenibilidad de las personas se enfoca en tratar a los individuos a las personas –aquellas dentro de la fuerza laboral de una organización, en toda su cadena de suministro y en las comunidades en las que operan– de manera ética y justa. Así como la sostenibilidad ambiental y económica requiere cuidadosa preservación y uso de los recursos naturales y financieros, la sostenibilidad de las personas requiere tratar al capital humano como recursos preciosos que deben ser apoyados y valorados para impulsar la resiliencia, la agilidad y el logro de los objetivos de sostenibilidad.

SAP cuenta con un enfoque de sostenibilidad desde las personas, alineado con los objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones



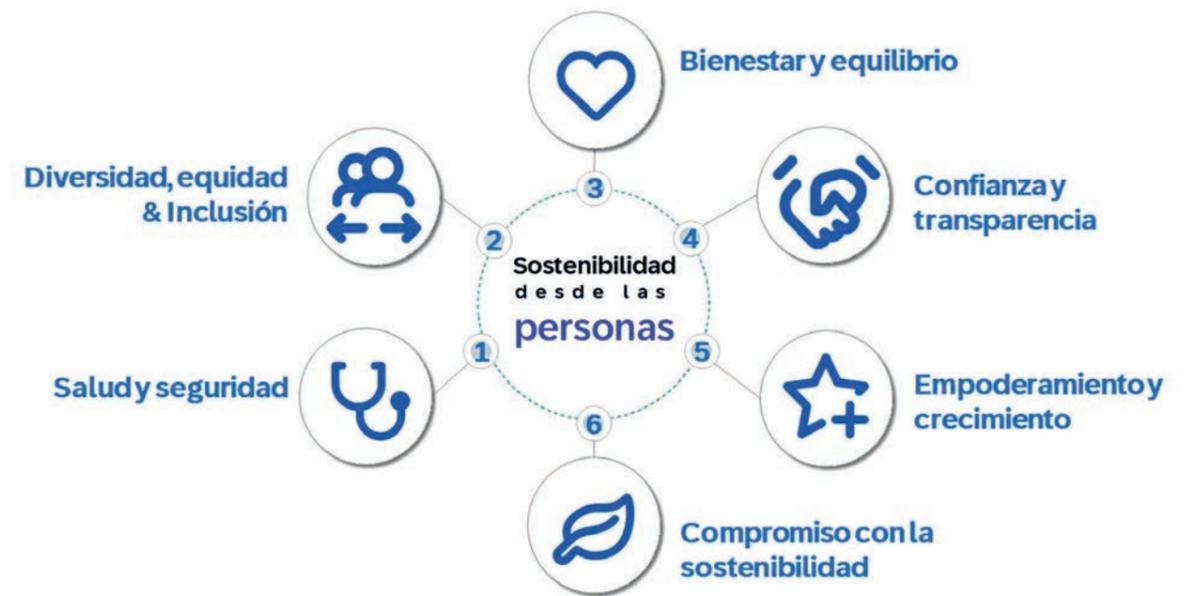
Unidas que gira en torno a seis áreas, o pilares, a las cuales se deben dar respuesta desde el área de Recursos Humanos.

- ▶ Bienestar y equilibrio: más allá de los requisitos básicos de salud y seguridad, el bienestar holístico de las personas (psicológico, social, financiero...) se prioriza y se respalda con las herramientas y recursos necesarios.
- ▶ Confianza y transparencia: las personas tienen voz, comprenden cómo se toman las decisiones clave que las afectan y confían en que la organización actúe de manera ética.
- ▶ Empoderamiento y crecimiento: a las personas se les proporciona claridad, apoyo y herramientas para aumentar sus habilidades y están capacitados para influir en su trayectoria profesional.
- ▶ Compromiso con la sostenibilidad: se anima a los empleados a participar y sentirse motivados por la misión y los valores de la organización y en trabajar activamente para tener un impacto positivo en el mundo.
- ▶ Diversidad, equidad e inclusión: tratar a cada individuo, independientemente del grupo de identidad social o sistema de creencias, de manera justa y equitativa.
- ▶ Salud y seguridad: como mínimo, garantizar que las personas estén a salvo de los peligros para la salud física y la seguridad y tengan acceso a las necesidades básicas.

SAP SUCCESSFACTORS PARA IMPULSAR LA SOSTENIBILIDAD DESDE LAS PERSONAS

La **diversidad, equidad e inclusión** ha sido durante mucho tiempo un área de foco para SAP SuccessFactors, dado que tiene un gran impacto en la cultura del empleado, la composición de sus empleados y su compromiso.

- ▶ SAP SuccessFactors Recruiting, incluye una función llamada el "análizador de puestos", impulsada por las capacidades



de machine learning de SAP, en la que se utiliza un verificador de sesgo para garantizar que se creen las mejores descripciones de puestos posibles. Muestra qué palabras tienen sesgo de género y hace sugerencias dinámicas sobre cómo editar y mejorar.

- ▶ SAP SuccessFactors Compensation ofrece alertas de sesgo para calibración. La calibración ayuda a los gerentes a comparar visualmente a los empleados en diferentes dimensiones, como la ratio de comparación frente a la calificación de desempeño, para garantizar decisiones de recompensas justas y equitativas.

Otro gran foco es el **Empoderamiento y Crecimiento**. SAP entiende que una de las mejores formas de contribuir a la sostenibilidad es ayudando a que las personas sean relevantes y empleables en un contexto en constante cambio. Algunos ejemplos:

- ▶ SAP SuccessFactors Learning puede proporcionar recomendaciones ágiles y personalizadas para las necesidades e intereses

de cada empleado y potenciar su adecuación a su rol actual y mejorar sus posibilidades de futuro.

- ▶ SAP SuccessFactors Opportunity Marketplace da visibilidad de las vacantes internas y propone recomendaciones individualizadas para actividades de aprendizaje, asignaciones temporales, fomentando el perfeccionamiento y el desarrollo a la vez que conecta a las personas con los mentores en función de las capacidades y experiencias deseadas.

Estas son sólo algunas de las capacidades que ofrece la plataforma de RRHH en la nube más completa del mercado: SAP SuccessFactors, con más de 9.800 clientes y 267 millones de usuarios.

Mirando hacia el futuro, SAP SuccessFactors continuará impulsando la innovación en las prácticas de Gestión de Personas, para seguir promoviendo la sostenibilidad desde las personas, clave para un futuro más ambiental y socialmente responsable para las organizaciones y la sociedad en su conjunto. ■

Reflexiones acerca de la Verdad



POR **HELMAR RODRIGUEZ MESSMER**

Design Thinker / Changemaker
www.marpashills.com
www.i-cq.com
www.clearness.es
www.clearness-retiros.es
www.clearness-talleres.es

Hoy en día, la lucha por la "verdad" se ha convertido en un auténtico campo de batalla, un terreno donde las convicciones de unos y otros se enfrentan con la vehemencia de ejércitos en guerra. Cada individuo, armado con su propia versión de la realidad, lucha por validar su perspectiva, anhelando la victoria de tener razón. Este conflicto perpetuo es a menudo el germen de discordias mayores, el preludio de confrontaciones que pueden escalar hasta convertirse en guerras en el sentido más literal y trágico. Palestinos o israelíes, ucranianos o rusos, derecha o izquierda, republicanos o monárquicos... el conflicto está servido.

LA ILUSIÓN DE VERDAD

Vivimos inmersos en un mundo donde la "verdad" es maleable, sujeta a las interpretaciones personales y colectivas que se moldean a través de nuestras experiencias, nuestra educación y el sometimiento a autoridades externas -como la ciencia o la religión- que consideramos portadoras de certeza.

Las percepciones y las creencias que acumulamos a lo largo de nuestras vidas se entrelazan para formar un tapiz que coloreamos con el nombre de "realidad". Estas construcciones mentales nos propor-

cionan un sentido de identidad y propósito, delimitan nuestras pasiones y nuestros miedos, y nos guían en la toma de decisiones y en la forma de interactuar con los demás.

Sin embargo, estas mismas creencias y percepciones, tan reconfortantes y definitivas como parecen ser en determinados instantes, también erigen muros invisibles que nos separan de la verdad más esencial, universal e impersonal. Nos aferramos a nuestras verdades parciales con una tenacidad que a menudo excluye la posibilidad de una comprensión más profunda. En nuestra incansable y cansina búsqueda de certeza, ignoramos la naturaleza real de la verdad misma.

LA VERDAD PURAW

La verdad pura, aquella que Rupert Spira describe como el silencio que sostiene el pensamiento, es inmune a los conflictos humanos. No se ve afectada por las guerras de palabras ni por las batallas de ideologías. Es un estado de ser que trasciende las barreras que nuestras mentes construyen, un silencio que espera ser reconocido en medio del ruido ensordecedor de nuestras certezas.

Reconocer esta verdad fundamental requiere una especie de desarme interior, una voluntad de soltar las armas con las que defendemos nuestras percepciones limitadas. Implica abrirse a la posibilidad de que lo que consideramos absoluto pueda ser, en realidad, solo una sombra de algo mucho más cierto y profundo. En este reconocimiento, quizás podamos encontrar un terreno común, un espacio donde la verdad no es una fuente de conflicto, sino un punto de unión, un lugar

"El pensamiento no conoce la verdad; se disuelve en ella".

Rupert Spira

de silencio y de paz donde, finalmente, podemos encontrarnos unos a otros y a nosotros mismos en un nuevo punto de partida.

DISOLVIENDO TEORÍAS ENQUISTADAS

Cada uno de nosotros mantiene su teoría del mundo, esto es, una serie de creencias y teorías acerca de lo que es la realidad. Estas creencias se basan en nuestras experiencias pasadas, en lo que hemos aprendido y en lo que hemos decidido aceptar como verdadero. Pero ¿cuántas veces nos detenemos a cuestionar estas creencias? ¿Cuántas veces nos permitimos sentir y experimentar el momento presente sin el filtro de nuestras ideas preconcebidas?

El dolor que sentimos, la alegría que experimentamos, el amor que compartimos; todas estas son manifestaciones de la verdad en su forma más pura. No están influenciadas por teorías o interpretaciones; simplemente son.

La verdad, en su esencia, no es algo que se pueda definir o encasillar en una serie de conceptos. Es algo que se vive y se siente en cada momento. Es esa conexión profunda con el aquí y el ahora, sin las distracciones de lo que "debería ser" o lo que "podría ser".

UN NUEVO CAMINAR

En lugar de buscar respuestas en el exterior o en las opiniones de otros, deberíamos aprender a confiar en nuestra propia experiencia. Después de todo, cada uno de nosotros es un reflejo único de la verdad, y nuestra experiencia directa es innegable.

En lugar de perdernos en un mar de teorías y conceptos, busquemos la simplicidad en el momento presente. Confiemos en lo que sentimos, en lo que vivimos, y permitámonos ser guiados por esa verdad interna que siempre ha estado ahí, esperando ser descubierta.

La verdad no es algo que se pueda encontrar en un libro o en una conferencia. Es algo que se descubre en la propia vivencia, en la experiencia de conexión con uno mismo y los demás. Y cuando nos permitimos

vivir desde ese lugar de autenticidad y presencia, todo en la vida se vuelve más claro, sencillo y significativo. Hay menos fricción y mayor sensación y expresión de libertad.

JUAN 8:32

Juan, 8:32, "Conocerás la verdad y la verdad te hará libre". Estas palabras han resonado a lo largo de los siglos como un llamado a la liberación a través del entendimiento y reconocimiento de uno mismo y de la ilusión del mundo que parece atraparnos. Para comprender plenamente la profundidad de esta afirmación, es esencial adentrarse en el lenguaje y la cultura en la que se originó.

Jesús, con su vasto conocimiento lingüístico, hablaba al menos cuatro idiomas: arameo, hebreo, griego y latín. Cada uno de estos idiomas tiene sus propias connotaciones y matices.

En los textos originales, la primera palabra "verdad" se traduce como "aletheia" en griego y la segunda como "emunah", en hebreo. Estas dos palabras, aunque se traducen al español como "verdad", tienen matices distintos en sus idiomas originales.

ALETHEIA Y EMUNAH

"Aletheia", en griego, se refiere a lo que ha sido desvelado. Es aquello que es innegable bajo lo oculto. La aletheia requiere, por tanto, desocultar previamente lo oculto. Es una verdad que es revela al desvelar el engaño. Queda así una verdad desnuda y manifiesta, despojada de todo engaño, de toda creencia, de todo aprendizaje, sin velos ni sombras.

Por otro lado, "Emunah" en hebreo tiene connotaciones de firmeza, fidelidad y confianza. No habla de una verdad objetiva, sino de una verdad en la que se puede confiar, una verdad que es constante y confiable. Una verdad que "ES". Es aquella verdad que se vive y se siente en el corazón y surge de la experiencia directa.

Cuando se pronunciaron esas palabras, no solo se estaba hablando de una verdad objetiva o de un conjunto de hechos. Se estaba hablando de una verdad impersonal, una verdad que se reconoce y siente en lo más profundo del ser, una verdad que es confiable y constante y no atribuible a ninguna autoridad externa.

"Conocerás la verdad y la verdad te hará libre" es una invitación a conocer la verdad que trasciende a lo personal, una verdad que es cierta para todos en todo momento. Es, por tanto, una llamada a la liberación de lo personal, del ego o falso personaje, para permitir la inmersión en lo radicalmente real y la experiencia de plenitud vital en el eterno presente.

QUID EST VERITAS

La verdad última se manifiesta ausente de toda forma. Parece una negación

de la manifestación misma, pero no lo es. No hay opuestos. Es aquello que acoge toda forma. Así, cuando Pilato interrogó a Cristo en la cruz con la pregunta "Quid est veritas?", Jesucristo respondió con un elocuente silencio.

Este silencio es descifrado por Juan en su evangelio como un anagrama: "Est vir qui adest", apuntando directamente a la naturaleza de lo verdadero. La verdad emana, incluye y trasciende toda narrativa. La verdad como tal puede ser señalada, pero nunca expresada. Así como el silencio es inenarrable, cualquier palabra que lo quiera expresar lo niega, la verdad permanece como fondo de todo pensamiento.

Rupert Spira lo resume diciendo: "Todo pensamiento se disuelve en la verdad". El pensamiento es, por naturaleza, una ilusión. La verdad es el fundamento que lo precede, la quietud subyacente. La verdad es lo real y el pensamiento lo irreal. La verdad es permanente y todo pensamiento transitorio. La verdad es el silencio. La verdad eres tú; inalterable, inefable y eterno.

EXPLORAR LA LIBERTAD

La verdad, en su esencia, es una fuerza poderosa y transparente. No siempre se alinea con nuestras comodidades o deseos, pero tiene el poder inigualable de liberarnos de las cadenas que nos imponemos. Es una revelación que, aunque a veces puede ser dura, siempre nos lleva hacia la auténtica libertad.

Las expectativas, esas imágenes proyectadas que creamos en nuestra mente, a menudo nos atrapan en un ciclo de frustración y descontento. Cada pensamiento, cada emoción, no tiene peso ni juicio hasta que decidimos que debería ser de otra manera. Es en ese "debería ser" donde encontramos la raíz de nuestro miedo e inseguridad.

Lo que es real, lo que está presente, es lo único constante. Por otro lado, nuestras nociones de cómo deberían ser las cosas son meras ilusiones, construcciones mentales que nos alejan continuamente de la realidad. Es un juego lleno de sufrimiento, frustración y malestar, buscar nuestra paz y seguridad en estas ilusiones. Ningún objeto que pretendamos alcanzar es portador de la paz, felicidad y bienestar que anhelamos. Ningún logro ni relación nos da la plenitud y libertad que parece prometer. Todo ello es parte de nuestra confusión e ignorancia acerca de quienes somos realmente y que es fundamentalmente la vida.

LA SIMPLICIDAD DE LA VIDA

La vida tiene una simplicidad obvia, instantánea e inherente, y la verdadera paz se encuentra en aceptar cada momento tal como es. Cuando dejamos de lado

nuestras demandas y expectativas, cuando dejamos de buscar en el tiempo y nos sumergimos en lo que hay -pura presencia-, es cuando encontramos esa paz y satisfacción que tanto anhelamos.

En este presente habrá de todo: alegría y tristeza, dolor y alivio, bienestar y malestar. Todos los colores del arcoíris se despliegan en la inmensidad del todo creativo: este momento.

La libertad, por tanto, no es una meta lejana, sino la elección de presente. Es el reconocimiento de soltar, de aceptar y que nos lleva al fluir con la vida. Y en ese fluir, en ese abrazo del ahora, descubrimos lo real, la verdadera esencia de la libertad.

EPÍLOGO

Todos llevamos un deseo profundo de conocer la verdad, de conectarnos con lo que es real y auténtico. Sin embargo, en el camino de la vida, nos encontramos con distracciones, ruidos y opiniones que a menudo nos desvían de ese norte. Quedamos aparentemente atrapados en un mundo lleno de estímulos y, a menudo, olvidamos mirar en la dirección de lo real, hacia el "ti mismo", aquello que conoce todos los estímulos. Dicho de otra manera, persiguiendo tanto objeto (cambiante) nos olvidamos de mirar en la dirección de lo real, del sujeto (permanente).

La sociedad, con sus normas y expectativas, puede influir en nuestra percepción de lo que es "verdadero". Nos vemos atrapados en creencias, en lo que "debería ser", y nos alejamos de lo que realmente es. Pero, en el silencio de nuestro ser, en el origen de todo lo que es, encontramos la respuesta a lo que es verdad. No es ideología, no es creencia y tampoco dogma de Fe. Es sencillamente la experiencia simple y directa de lo que -ahora- es.

La pregunta para ti: ¿Estás dispuesto a explorar y cuestionar tu teoría del mundo? En cualquier caso, si no lo haces, la vida -antes o después- lo hará por ti. La vida es un continuo despojarse de la mentira. Todo lo que no es cierto, terminará cayendo y deshaciéndose y solo quedará lo esencial, la verdad.

Para concluir, en este viaje llamado vida, es esencial recordar que, a pesar de los constantes cambios, los desafíos y el tiempo, nosotros permanecemos inmutables. Nosotros somos en esencia verdad, consciencia y felicidad, SAT-CHIT-ANANDA.

Al reconocer y abrazar esta verdad, no solo encontramos la paz que somos, sino también la libertad auténtica. Como bien dice Jeff Foster, la verdadera paz no es evitar los desafíos, sino encontrar la calma en medio de ellos. Y esa calma proviene del simple y profundo reconocimiento de quiénes somos en esencia. ■



Con el fin de año empieza la protección de las personas informantes

POR ANA MARZO
Marzo & Abogados

La Ley 2/2023, de 20 de febrero, reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción (coloquialmente llamada la ley de protección del informante) ha llegado a su segundo plazo y por tanto, las entidades jurídicas del sector privado con doscientos cuarenta y nueve trabajadores o menos, así como los municipios de menos de diez mil habitantes, ya deben tener en funcionamiento a 1 de diciembre de 2023 sus canales internos de información.

La propia norma tipifica como infracción muy grave el incumplimiento de la

obligación de disponer de un Sistema interno de información en los términos exigidos en dicha ley llevando aparejada dicha infracción una multa económica entre 600.001 y 1.000.000 de euros.

La norma emplea el término "informante" como sinónimo de persona denunciante para referirse a las personas del sector público o privado que comunican o revelan información sobre irregularidades de las que son concedoras en su ámbito profesional o laboral.

Entre las represalias más comunes frente a las cuales la norma pretende proteger a los informantes, nos encontramos con las siguientes: apertura de expedientes

disciplinarios, degradación o denegación de ascensos y modificaciones sustanciales de las condiciones de trabajo, daños, incluidos los de carácter reputacional, o pérdidas económicas, coacciones, intimidaciones, acoso u ostracismo, denegación o anulación de licencias, permisos o formación y discriminación, o trato desfavorable o injusto.

Y qué obligaciones origina frente a ello la entrada en vigor de la ley de protección del informante para las organizaciones obligadas. Pues son varias, pero entre las más destacables, las siguientes:

- ▶ La primera, crear un Sistema interno de información que debe cumplir unos requisitos y garantías, y debe estar diseñado, establecido y gestionado de forma segura, permitiendo la presentación y tramitación de denuncias anónimas.
- ▶ La segunda, regular el procedimiento de gestión del canal para la tramitación de las comunicaciones o denuncias conforme a la ley.
- ▶ La tercera, designar un Responsable del Sistema interno de información, que puede ser una persona física o un órgano colegiado.

La norma emplea el término "informante" como sinónimo de persona denunciante para referirse a las personas del sector público o privado que comunican o revelan información sobre irregularidades de las que son concedoras en su ámbito profesional o laboral

- ▶ La cuarta, comunicar a la Autoridad competente (Autoridad Independiente de Protección del Informante) la designación del Responsable del Sistema interno de información.
- ▶ La quinta, contar con un libro-registro de las informaciones recibidas y de las investigaciones internas a que hayan dado lugar.
- ▶ La sexta, informar de forma clara y accesible a quienes realicen la comunicación a través del canal interno sobre la existencia del canal externo.

En definitiva, lo que la norma define como "Sistema interno de información" es la estructura que reúne los elementos descritos y que tiene con objetivo garantizar que el personal pueda comunicar dentro de la propia organización las irregularidades que conozcan, para que las mismas sean objeto de seguimiento, aunque, estrictamente, el Sistema interno de información básicamente se integra por el canal interno de recepción de informaciones o denuncias, el procedimiento para la gestión de dichas informaciones o denuncias y la persona responsable de la gestión y tramitación. En caso de que la entidad cuente con una página web, la información sobre el canal interno deberá constar en la página de inicio, en una sección separada y fácilmente identificable.

Aunque el Sistema interno de información debe formar parte de la estrategia de integridad y ética de la organización, así como fomentar la buena gobernanza pública y salvaguardar el interés general a través del compromiso ético, no debe ser confundido con los conocidos "compliances penales" o programas de ética o planes

de prevención de la comisión de delitos elaborados en el marco del artículo 31 bis código penal. De hecho, estos planes o programas incluyen entre sus medidas un canal de denuncias el cual, según la ley de protección del informante, debe quedar integrado en el Sistema interno de información. Pero no son lo mismo.

En los casos de grupo de empresas conforme al artículo 42 del Código de Comercio, la ley de protección del informante permite que la sociedad dominante apruebe una política general relativa al Sistema interno de información y asegure la aplicación de sus principios en todas las entidades que lo integran, así como nombrar un Responsable del Sistema y un Sistema interno de información para todo el grupo, o bien uno para cada sociedad integrante del mismo, subgrupo o conjunto de sociedades, todo ello, en los términos que establezca el respectivo sistema de gobierno corporativo o de gobernanza del grupo y de las modificaciones o adaptaciones que resulten necesarias para el cumplimiento de la normativa aplicable en cada caso.

Esta medida organizativa genera más dudas que aclaraciones y en mayor medida, en aquellos casos en que la estructura de grupo traspasa las fronteras del territorio de España y la entidad obligada en España comparte ya canal y otras medidas de buen gobierno con sus matrices y entidades filiales en otros países de la Unión Europea. Entre otras cosas, porque las transposiciones locales que en otros países de la Directiva Europea de la que trae causa la Ley de protección del denunciante, no contemplan la creación de un Sistema interno de información sino el simple establecimiento de un canal de denuncias.

El acceso a los datos personales contenidos en el Sistema interno de información debe limitarse, dentro del ámbito de sus competencias y funciones, exclusivamente a determinadas personas como son: El Responsable del Sistema y a quien lo gestione directamente; el responsable de recursos humanos o el órgano competente debidamente designado, solo cuando pudiera proceder la adopción de medidas disciplinarias contra un trabajador; el responsable de los servicios jurídicos de la entidad u organismo, si procediera la adopción de medidas legales en relación con los hechos relatados en la comunicación; los encargados del tratamiento que eventualmente se designen y el delegado de protección de datos.

¿Es lícito que otras personas puedan tratar o acceder a los datos o incluso la co-

municación de los datos a terceros?. Solo en la medida y cuando ello resulte necesario para la adopción de medidas correctoras en la entidad o la tramitación de los procedimientos sancionadores o penales que, en su caso, procedan. Esto hace que las políticas de protección de datos de la organización deban contemplar las restricciones de acceso que la norma establece, con excepción a las personas indicadas.

Pero quizás, una de las obligaciones más complejas a cumplir en materia de protección de datos será de proceder a la inmediata supresión de categorías especiales de datos en caso en que sean comunicadas en la denuncia sin que se proceda al registro y tratamiento de los mismos así como la supresión de la información que quede acreditada no que es veraz, desde el momento en que se tenga constancia de dicha circunstancia, salvo que dicha falta de veracidad pueda constituir un ilícito penal, en cuyo caso se guardará la información por el tiempo necesario durante el que se tramite el procedimiento judicial.

Para el legislador europeo ha resultado importante asentar en la sociedad la conciencia de que debe perseguirse a quienes quebrantan la ley y que no deben consentirse ni silenciarse los incumplimientos. Peliagudo objetivo en los tiempos que corren. En todo caso, no hay que perder de vista el principal objeto o finalidad de la ley: proteger a los ciudadanos que informan sobre vulneraciones del ordenamiento jurídico en el marco de una relación profesional.

Aunque en el mundo anglosajón se utiliza la expresión "alertadores" (acogida en algunos ordenamientos como el francés) para hacer referencia a los informantes, en la Directiva Europea de la que trae causa la norma española, se emplea el término "denunciante". Para España ni una cosa ni la otra, nuestra ley ha optado por la denominación "informante", utilizando los términos "informaciones" y "comunicaciones" indistintamente para, de acuerdo con una redacción gramatical y sintáctica adecuada, evitar repeticiones evitando en lo posible la palabra "denuncias" que no ha pasado del preámbulo o exposición de motivos de la norma.

Aunque está pendiente la constitución de la Autoridad Independiente de Protección del Informante y esto reduce significativamente no solo la protección del informante, valga la redundancia, sino también el cumplimiento de la norma, de una forma u otra, a tomar las uvas deberíamos llegar con los deberes hechos porque, el 1 de diciembre se cumple el plazo para los últimos obligados y estos sistemas deberían empezar a funcionar. ■



POR **ALEJANDRA TEVES**
ESPECIALISTA EN VENTAS DE SOLUCIONES DE NEGOCIO EN KYOCERA Y FUNDADORA DE INNOVA-FORUM



Personas Vitamina

¿Alguna vez te has preguntado por qué ciertas personas iluminan tu día mientras que otras parecen drenar tu energía? Después de haber leído el libro 'Encuentra tu persona vitamina' de Marian Rojas Estapé -por cierto, si no lo has leído te lo recomiendo-, he mirado de forma diferente el mundo de las relaciones interpersonales y la relación con la salud emocional.

Las "personas vitamina" son aquellas que nos aportan positividad, nos entienden y nos apoyan, que tienen una actitud positiva ante la vida contribuyendo a un ambiente más agradable y optimista. También son fuente de inspiración para alcanzar tus propios objetivos aportando experiencias enriquecedoras y, fundamentalmente, son personas en las que el respeto, la consideración, la valoración y el reconocimiento de la dignidad son ejes fundamentales. Estas relaciones son esenciales para nuestro bienestar.

Rodearse de "personas vitamina" implica construir relaciones con individuos que tienen un impacto positivo en tu vida, de manera similar a cómo las vitaminas tienen beneficios para la salud física.

Mira a tu alrededor e identifica aquellas personas que están a tu lado y que se muestran empáticas, sin juzgar, donde un fuerte abrazo dice más que mil palabras y su relación nos sumerge en la profunda conexión emocional que se desarrolla entre dos individuos. Esta conexión, esencialmente, busca y mantiene la cercanía, proporcionando seguridad y protección en momentos de amenaza, permitiendo buscar la mejor versión de ti mismo. Estas son las personas que te nutren de energía positiva en tus momentos de tristeza, debilidad, incertidumbre, oscuridad. Estas personas son la fuente de inspiración y desprenden luz a tu alrededor.

Por otro lado, es importante reconocer quiénes son las personas tóxicas, aquellos individuos que, consciente o inconscientemente, afectan negativamente a nuestro bienestar emocional y físico, que generan un rechazo automático o una incomodidad con solo verlas o escuchar su nombre. Suelen ser invasivas, agresivas, y a menudo pontifican y juzgan la vida y opiniones de los demás. Estas personas activan nuestro sistema de alerta, afectando también a nuestro cuerpo, generando síntomas como irritabilidad, tristeza y agotamiento. Una persona no es tóxica por naturaleza, sino por el efecto que genera en ti. Es decir, lo que para uno puede ser una relación tóxica, para otro puede no serlo.

Es por ello por lo que es esencial aprender a identificar y gestionar cada uno de estos tipos de relaciones, para saber identificar aquellos individuos que actúan como una fuente de energía positiva en nuestras vidas, que nos motivan y nos ayudan a encontrar la ilusión en cualquier momento y circunstancia, contagiándonos de su alegría, haciéndonos mirar siempre el lado bueno de las cosas, sacando lo mejor de uno mismo, y nos convierten en mejores personas.

¿Pero eres tú una persona vitamina? Te invito a que tú seas también esa persona que inspira y eleva, a ser ese faro de luz que desprende energía positiva incluso entre las personas tóxicas -quizás este sea el mayor reto-, ayudándoles a salir de su bucle negativo. Ser una persona vitamina es un acto de amor y compasión que puede transformar nuestras vidas y las de quienes nos rodean.

Recuerda que el tipo de personas con las que te rodeas puede influir significativamente en tu vida, así que es beneficioso buscar relaciones que te nutran de manera positiva. Sin embargo, también es importante recordar que nadie es perfecto, y las relaciones saludables a menudo implican un equilibrio y comprensión mutua.

También es importante destacar que las relaciones humanas son complejas, y la diversidad de personalidades enriquece nuestras vidas. No se trata de rodearse únicamente de personas siempre positivas, sino de encontrar un equilibrio saludable en tus relaciones para promover tu bienestar general. ■

Descubre al líder de soluciones SAP en España



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



minsoit

An Indra company

SEIDOR

#HumanizandoLaTecnologia

 seidor.com