

TECNOLOGÍA PARA LOS NUEVOS RETOS DE LA BANCA

CARA A CARA

Daniel Sanz,
Director de Organización y
Proyectos de Banco Popular

LA RESPUESTA

Lucha contra el fraude
La nueva realidad
del cliente bancario

ANALIZAMOS

Cumbria:
Tendencias para mejorar
la relación con el cliente

EN LA PRÁCTICA

Mutua Universal
Roca
General Optica
Intercruises



La Formación SAP más cerca de ti

SE ACABÓ DESPLAZARSE O APLAZAR REUNIONES.
NO DEJE DE FORMARSE PORQUE LOS GASTOS SE LO IMPIDAN.

SAP Formación está cada día más cerca de los empleados de su empresa, gracias a la red.

Hemos ampliado nuestra oferta formativa en la modalidad e-learning.

Sus empleados pueden acceder a los cursos que necesitan en cualquier momento y a cualquier hora.

Cursos e-learning

Cursos de usuario, que incluyen ejercicios a modo de controles de aprendizaje e instrucciones de trabajo para ayudarle a sacar el máximo partido a los cursos.
Para personas sin conocimientos en SAP y que desean conocer cómo se reflejan los procesos en las soluciones SAP.

E-academias

Formación oficial Consultor SAP on line. Acceso flexible a contenidos e-learning, y sistemas de formación, con servicio de asistencia virtual.
Para aquellos que quieren prepararse, a su ritmo, como consultores, sin conocimientos en SAP.

Learning Packages

Formación on line complementaria para realizar los exámenes de Consultor SAP con acceso flexible a contenidos.
Para perfiles más experimentados en las soluciones SAP y que quieren superar el examen de certificación.

Learning Hub

Se trata de una nueva plataforma para empresas, a la que nuestros clientes pueden tener acceso On-Demand a toda la cartera e-learning de formación de SAP Educación de materiales de training: cursos on line y los cursos online knowledge products.



SOLICÍTANOS
más información en
education.spain@sap.com

llámanos al
91 456 36 41

o visítanos en
https://training.sap.com



EDITORIAL



TECNOLOGÍA PARA EL NUEVO ESCENARIO DE LA BANCA

Un conjunto de factores, todos ellos de enorme calado, han coincidido en un breve periodo de tiempo afectando sobre todo al sector bancario en todo el mundo. Por un lado, la crisis financiera ha impulsado la aprobación de regulaciones que implican para estas entidades mayores niveles de capitalización entre otros requisitos. Y en la vertiente de negocio, nuevos jugadores, con perfiles no estrictamente bancarios, han irrumpido en el mercado para ofrecer a los ciudadanos soluciones y prestaciones que hasta hace muy poco sólo ofrecían los bancos.

Ante esta doble circunstancia, las entidades financieras se enfrentan también a un doble reto. El primero tiene que ver con ese aspecto regulatorio que comentamos, en la medida en que las entidades tendrán que cumplir con más estrictos ratios de liquidez y solvencia, como de hecho establece Basilea III. El segundo desafío está más relacionado con la esfera comercial de los bancos. En este sentido, deberán enfrentarse a un proceso de fortalecimiento de su negocio, que pase por recobrar la confianza de unos clientes que comienzan a demandar nuevos servicios y mayor proactividad por parte de las entidades con las que se relacionan.

Estas dos líneas de acción y de transformación convergen en el factor tecnológico. Efectivamente, los procesos de cualquier organización, y especialmente de las instituciones bancarias, se fundamentan sobre plataformas tecnológicas que gestionan ingentes cantidades de datos. El problema aparece cuando esas tecnologías que están en el corazón del negocio, se han quedado obsoletas o no tienen la suficiente capacidad para responder a los nuevos requerimientos de los clientes.

El gran desafío del Big Data para las organizaciones bancarias tiene hoy la respuesta más potente en la plataforma de datos SAP HANA, con su extraordinaria capacidad de procesamiento en tiempo real y su integración con un extenso catálogo de aplicaciones que abren oportunidades de negocio hasta hoy inexploradas por los bancos.

A la descripción funcional de todas estas nuevas aplicaciones, potenciadas por SAP HANA, dedicamos las siguientes páginas. El lector encontrará referencia a soluciones tecnológicas hasta la fecha inéditas para el sector, que dan respuesta a necesidades presentes y futuras, como las de identificar nuevas oportunidades de negocio, dar cobertura a diferentes formas de interrelación con clientes, donde adquiere cada día más peso el concepto de multicanalidad, reducir los riesgos o cumplir con las nuevas normativas vigentes.

En definitiva, una nueva forma de hacer banca, más eficiente y adaptada a las nuevas regulaciones y a las necesidades del cliente de ahora y del futuro, ya está en marcha. Y la clave de este nuevo modelo reside una vez más en la tecnología.

Javier Colado, director general de SAP para España y Portugal

SAP Club, Nº 45, Julio de 2013
Publicación trimestral editada y producida por
SAP España para clientes y colaboradores.

SAP España. C/ Torrelaguna, 77. Bloque SAP.
28043 Madrid.
Tlf: 91 456 72 00. Fax: 91 456 72 95.
e-mail: info.spain@sap.com. web: www.sap.com/spain

Contacto Editorial:
Silvia Montero. (silvia.montero@sap.com)

Redacción y contenidos:
Kor Business (www.korbusiness.es)

Maquetación y diseño de portada:
Redondel diseño gráfico

Impresión:
Atherna Plus, S.L.

TIRADA: 7.000 ejemplares de carácter gratuito. SAP declina cualquier responsabilidad en las opiniones de personas y empresas ajenas a ella.

CMP21567 esES (13/03) © 2013 SAP AG o una filial de SAP. Reservados todos los derechos. Queda prohibida la reproducción o transmisión de cualquier parte de esta publicación, en cualquier forma o para cualquier fin, sin el permiso expreso de SAP AG. La información que aquí se incluye puede modificarse sin previo aviso. Algunos productos de software comercializados por SAP AG y sus distribuidores contienen componentes de software con derechos de autor de otros proveedores de software. Las especificaciones de productos en cada país pueden ser diferentes. Estos materiales los proporcionan SAP AG y sus empresas afiliadas ("SAP Group") con carácter informativo, sin declaración ni garantía de ningún tipo y SAP Group no se hace responsable de los errores u omisiones en dichos materiales. Las únicas garantías para los productos y servicios de SAP Group son aquellas especificadas en las cláusulas expresas de garantía que acompañan a dichos productos y servicios, si las hubiera. Nada de lo que aparezca en este documento debe interpretarse como garantía adicional. SAP y otros productos y servicios de SAP mencionados, así como sus respectivos logotipos, son marcas comerciales o marcas registradas de SAP AG en Alemania y en otros países. Consulte <http://www.sap.com/corporate-en/legal/copyright/index.epx#trademark> para obtener información y avisos adicionales sobre marcas comerciales.

Los datos del titular están recogidos en un fichero propiedad de SAP España, S.A. El titular podrá ejercitar su derecho de acceso, rectificación, oposición y cancelación dirigiendo un escrito a la siguiente dirección: SAP España, S.A., Departamento de Marketing, Área Gestión de Bases de Datos, C/ Torrelaguna, 77, Bloque SAP, CP 28043, Madrid. Desde SAP España estamos comprometidos con la privacidad de los datos de nuestros contactos (colaboradores y clientes).



QUÉ HAY DE NUEVO

Noticias 3

ANALIZAMOS

Integrar canales y poner en el centro del negocio al cliente..... 10
 Los retos tecnológicos de la banca: Tendencias para mejorar la relación con el cliente... 14

SAP EN LA PRÁCTICA

Mutua Universal. Transformación tecnológica de sus procesos clave..... 16
General Óptica. Innovadora visión en la gestión de personal 18
Roca. Un sistema único para una empresa global..... 20
Intercruises. Centralización de la gestión financiera en Intercruises 22

LA RESPUESTA DE SAP

Business Intelligence, control y análisis predictivo del área financiera 24
 La nueva realidad del cliente bancario 26
 SAP ayuda a las compañías en su lucha contra el Fraude..... 30
 SAP HANA, acelerador de los procesos de negocio 34
 Soluciones para gestionar el riesgo de liquidez de los bancos 38

EL SOCIO DE SAP

Seidor. SAP + Predictive Analysis: 1 + 1 = 4..... 42
Tecnocom. Experiencia con SAP Business Planning y Consolidation 10.0..... 44
Ernst & Young. Inteligencia Social: aplicación de tecnologías Big Data en Social Media ... 46
Single consulting. La base para una estrategia de negocio con filosofía Big Data..... 48
Fujitsu. Nuevas arquitecturas bancarias con SAP HANA..... 50

CARA A CARA CON

Daniel Sanz, Director de Organización y Proyectos de Banco Popular 52

DESCONECTAMOS

Recomendaciones 56
 Somos CIBOR: Jesús Calleja..... 60

Tecnología In-Memory en la nube

En respuesta a la fuerte demanda global de los clientes, SAP ha puesto en marcha un nuevo servicio denominado SAP HANA Enterprise Cloud. Se trata de una oferta basada en cloud para proporcionar a las organizaciones una nueva opción de despliegue con la que obtendrán todas las ventajas de la plataforma SAP HANA, uniendo la sencillez de adopción de Cloud con la potencialidad y el máximo rendimiento de SAP HANA.

SAP es consciente del valor que aporta a los negocios de sus clientes poder trabajar en tiempo real y adoptar las ventajas que les ofrece la nube. Por ello el objetivo de la compañía es que las organizaciones obtengan valor de forma más rápida a un coste total de propiedad más bajo, así como la flexibilidad y confianza de trabajar con SAP.

En palabras de Don Whittington, CIO de Florida Crystals, "estamos encantados de ser el primer cliente en fase piloto de SAP ERP y SAP NetWeaver BW potenciado por SAP HANA que está ejecutando en SAP HANA Enterprise Cloud. Como parte de nuestra estrategia de crecimiento global, era de suma importancia tener la capacidad de desplegar aplicaciones SAP de misión crítica impulsadas por SAP HANA de la forma más rápida posible a través de la nube, y sin ningún compromiso. Hemos sido capaces de completar la migración de aplicaciones y cloud integrada en tan sólo dos meses".

Vishal Sikka, miembro del Consejo Ejecutivo de SAP AG para Innovación y Tecnología señaló que, "con SAP HANA Enterprise Cloud, estamos abordando una necesidad fundamental del cliente que fue detectada desde el lanzamiento de HANA. Los clientes cada vez demandan más opciones sobre cómo apro-

vechar el valor que aporta SAP HANA. Con esta nueva solución ofrecemos HANA a una escala de valor instantáneo y sin compromiso. Simplificando la experiencia de los clientes y ampliando su capacidad de elección a la hora de adoptar SAP HANA para entornos de aplicaciones de misión crítica empresariales, sin interrupción a través de la nube".

ESTRATEGIA DE ECOSISTEMA

SAP prevé suministrar SAP HANA Enterprise Cloud junto a sus partners siguiendo una estrategia "open + us". Lo que se traducirá en una estrategia de ecosistema abierto con sus proveedores de servicios gestionados, de modo que ofrecerá las capacidades de SAP HANA Enterprise Cloud desde sus propios centros de datos, así como desde los múltiples centros de datos que SAP tiene en todo el mundo.



Colaboración con la fundación Tomillo

El nuevo proyecto de formación puesto en marcha por SAP y la Fundación Tomillo tiene como objetivo dotar de herramientas a personas en riesgo de exclusión social, usando como soporte las demandas laborales y el uso de las TICs, en un perfil poco novedoso, como es el administrativo. Los alumnos debían tener conocimientos en el ámbito administrativo, con capacidad para asumir conceptos informáticos que les permitieran explotar las Tecnologías de la Información.

Entre los distintos aspectos que contempla la formación que se impartirá se encuentra la gestión, administración y soporte en las operaciones de un proceso de negocio completo, el manejo de herramientas de gestión y de Bases de Datos, la programación de módulos para mejorar la explotación de bases de datos mediante lenguajes orientados a objetos, la generación de informes y creación de módulos para la automatización de los mismos y el uso del lenguaje SQL, para creación de herramientas. Con esta formación tanto SAP como la Fundación Tomillo persiguen un interés común: la futura inserción laboral en el ámbito administrativo, de un colectivo que aunque en su mayoría, no tienen estudios superiores si poseen una amplia experiencia laboral como administrativos en distintos departamentos.

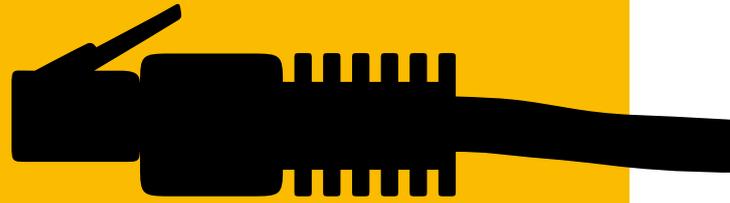


Revolución Industrial 4.0

La industria de fabricación está viviendo un momento histórico: máquinas, instalaciones de producción y sistemas de almacén son capaces de intercambiar información de forma autónoma, realizar un seguimiento de las acciones, generando grandes mejoras en los procesos industriales involucrados en la producción, la ingeniería y los servicios. Se trata de la revolución industrial, 4.0, cuyo objetivo es unir dos mundos, la fabricación y la próxima generación de Tecnologías de la Información, para crear un nuevo nivel de eficiencia.

SAP se ha comprometido con el impulso a esta nueva revolución industrial a través de la innovación en los procesos de fabricación. Para ello, la compañía está adaptando los principios de la Industria 4.0 a través del desarrollo de su iniciativa: "Idea para el Rendimiento". Un enfoque de negocio integral que busca incrementar el rendimiento de productos y servicios y que permite gestionar el ciclo de vida completo de un producto, desde que es diseñado hasta los servicios que se ofrecen en relación a él y dentro de distintos escenarios. Esta iniciativa servirá también para establecer tiempos de ciclo más cortos y predecibles, ayudando tanto a mejorar la utilización de activos como las entregas en tiempo de todo tipo de productos.

Con estas premisas, SAP ha desarrollado nuevas versiones de



sus soluciones

de fabricación, así como actualizaciones de las ya existentes, que cubren las áreas de ingeniería, fabricación y operaciones sostenibles, preparadas para trabajar con el paquete de aplicaciones de gestión SAP Business Suite, potenciado por la plataforma SAP HANA.

SAP está invirtiendo para hacer las soluciones más intuitivas y atractivas con el objetivo de mejorar la experiencia de usuario de todas las aplicaciones.

El enfoque de SAP en la Industria 4.0 se centra tanto en la innovación como en la actualización de las aplicaciones centrales, incluyendo aquellas disponibles a través de aplicaciones móviles, que aseguran una mayor eficiencia y el incremento de la calidad de los productos.

Las soluciones SAP Rapid Deployment incluyen en un único paquete software preconfigurado y servicios, de forma que los clientes pueden obtener beneficios en un tiempo reducido a la vez que se sientan las bases para futuras expansiones.

Gesvalt elige las soluciones cloud de SAP para la Gestión de Recursos Humanos, Ventas y Clientes

SAP España ha sido seleccionada por GESVALT, compañía española especializada en la valoración y el asesoramiento sobre activos inmobiliarios, financieros e industriales, para proporcionar soluciones de Gestión de Recursos Humanos, Ventas y Clientes a través de sus aplicaciones cloud: SAP SuccessFactors y SAP Customer OnDemand.

GESVALT inició su andadura en 1998, de la mano de un grupo de profesionales con más de veinte años de experiencia en el sector y con un profundo conocimiento de diversas culturas empresariales. Es una compañía independiente, sin vinculación a grupo industrial o financiero alguno, homologada por el Banco de España y registrada en la CNMV. En la actualidad, cuenta con 16 oficinas repartidas por toda España y con una plantilla de 100 empleados y más de 300 colaboradores.

Tras analizar otras opciones existentes en el mercado, GESVALT eligió la oferta de SAP por la interfaz de usuario, las analíticas en tiempo real, la integración con Outlook y la posibilidad de acceder desde dispositivos móviles. Y todo a través de un único proveedor que cubra todos los aspectos del proyecto, con las

consiguientes ventajas que ello implica en cuanto a facilidad de integración y colaboración.

SAP SuccessFactors es una solución cloud que ayuda a mejorar la automatización de sus procesos de Recursos Humanos, para homogeneizar, optimizar y acelerar la productividad de los empleados, así como para mejorar la gestión y retención del talento. SAP Customer OnDemand es una solución cloud dirigida a las organizaciones de marketing, servicios y ventas de las compañías, que permite optimizar la efectividad de las ventas y adaptarse a los nuevos hábitos de compra de los clientes. Una de sus principales ventajas es que se puede ejecutar en dispositivos móviles.

Gracias a las soluciones cloud SAP SuccessFactors y SAP Customer OnDemand, GESVALT espera incrementar la productividad de su fuerza comercial y la visibilidad, ya que podrá conocer en tiempo real la situación del negocio y el estado de distintos procesos de ventas, lo que le permitirá reaccionar rápidamente y tomar las medidas necesarias. Lo mismo ocurre con el área de Recursos Humanos, donde la compañía espera incrementar el nivel de satisfacción y la productividad de los empleados.

IV Edición de Sap Business Analytics Forum

La reunión, que contó con la asistencia de más de 300 personas, mostró cómo un correcto análisis de la información de negocio ayuda a las empresas a comprender mejor su funcionamiento y a mejorar los resultados y la rentabilidad

SAP España celebró la cuarta edición de su SAP Business Analytics Forum. Bajo el título "Más valor añadido, mejores negocios". La compañía contó en este evento con el apoyo de su ecosistema de partners.

En el entorno empresarial actual se produce una interrelación cada vez mayor entre directores informáticos con una visión de negocio y directores financieros familiarizados con la tecnología. Ambos perfiles colaboran estrechamente para mejorar los resultados y la rentabilidad de la empresa a través del análisis inteligente y en tiempo real de la información de negocio. Por esa razón, esta edición de Business Analytics Forum estuvo dirigida especialmente, a directores de informática y directores financieros.

Durante la sesión plenaria de la mañana se ofreció a los asistentes una visión global sobre cómo el máximo aprovechamiento de los datos ayuda a comprender mejor el funcionamiento de los negocios y cómo permite abordarlos desde nuevas perspectivas. Se mostraron por un lado, buenas prácticas y casos de éxito de empresas expuestos por clientes, como la consultora Penteo o partners como TecnoCom, y por otro se contó con la participación de Adolfo Pellicer, director de Business Analytics de SAP España y Portugal, y de expertos como Leticia Cavagna, Head of EMEA CoE for Finance de SAP Analytics.

Las sesiones paralelas se dividieron en sendos microforums, sobre Business Intelligence y Finanzas. El primero de ellos tuvo como objetivo mostrar las analíticas como herramienta de cambio y mejora empresarial. La convergencia de distintas tecnologías como redes sociales, móviles, cloud y datos han hecho posible que la información sea cada vez más accesible, fácil de consumir y de compartir,

lo que está cambiando infraestructuras informáticas y la manera en que personas y empresas interactúan. En cuanto al Microforum para responsables financieros, incluyó un recorrido por un día en la vida de un director financiero para mostrar las dificultades y oportunidades de una función cada vez más polivalente.

La sesión de la tarde también incluyó las ponencias de algunos de los principales partners de SAP. Un año más, el ecosistema de canal de la compañía ha vuelto a implicarse en el patrocinio y la organización del evento. Entre los que estuvieron presentes señalar a: TecnoCom, Accenture, Deloitte, IBM, Fujitsu, Neoris, Realtech, Stratesys, Birchman, Informática y SAPIMSA.

El evento se cerró con un concierto acústico ofrecido por Mikel Erentxun.



Forrester califica a SAP como una potencia global en plataformas bancarias

SAP AG ha obtenido la calificación de Forrester Research como una potencia global en su informe "Contratos de Plataformas Bancarias Globales 2012". En la evaluación, Forrester ha tenido en cuenta los 39 contratos con nuevos clientes cerrados por SAP en siete regiones, que sitúan a la compañía como uno de los principales fabricantes por la cantidad de nuevos contratos cerrados y como una potencia global.

Forrester ha evaluado cerca de 1.900 contratos de plataformas bancarias, remitidos por 29 fabricantes, según diversos criterios que reflejan las directrices internas y que incluyen la funcionalidad de la plataforma bancaria, la funcionalidad específica para banca, nuevos clientes y un nuevo elemento que es el crecimiento del negocio y los contratos ganados. Los 10 primeros

fabricantes crecieron un 24% en nuevos clientes en 2012. De acuerdo con el informe seis de los primeros 10 fabricantes han aumentado sus contratos con nuevos clientes; SAP fue la compañía que obtuvo el mayor rendimiento en ese apartado, con un crecimiento de los contratos del 250%. Incluso eliminando las cuentas puramente de Sybase, el índice de crecimiento de SAP se situó en tres dígitos".

El crecimiento de los servicios financieros supone para SAP una parte muy importante de su negocio. Dispone de una base de más de 5.700 clientes, que lo convierten en un activo valioso para la colaboración y la co-innovación. Un elemento importante del enfoque de SAP es que entiende las particularidades del sector y da respuesta a las necesidades de los diferentes segmentos.

REALTECH España formará gratuitamente a 200 desempleados en tecnología SAP

REALTECH, ha firmado un convenio de colaboración con el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE), dependiente del Ministerio de Empleo y Seguridad Social, y con SAP España, para formar gratuitamente durante 2013, a 200 desempleados en el lenguaje de programación ABAP de SAP.

El objetivo del convenio es atender a esa elevada demanda y contribuir a la inserción laboral de los desempleados a través de la formación. Se estima que, al menos, el 60% de los estudiantes que entren a formar parte del programa tenga un contrato de trabajo a la finalización del curso y entre el 90 y el 100% antes de un año.

Los 200 estudiantes elegidos para formar parte del programa, deberán ser desempleados, tener conocimientos de informática y experiencia en algún lenguaje de programación.

Selección y formación

La selección de los candidatos correrá a cargo de SEPE, REALTECH y otras empresas que trabajen desarrollando e implantando soluciones de SAP. De hecho, REALTECH y SAP tienen previsto reunir a sus socios para presentarles la iniciativa con el doble objetivo de ayudarles a cubrir sus necesidades de profesionales de programación ABAP y de

contribuir a la inserción laboral de los estudiantes.

Los instructores serán consultores certificados y los cursos serán impartidos en los centros de la red de Academias MasterD, que están homologados por SEPE. Tanto el material didáctico como la certificación oficial de SAP que obtendrán los alumnos al terminar es la incluida en el programa Desarrollador Asociado-ABAP con SAP NetWeaver 7.31, un curso valorado en 7.200 euros. Esta certificación les acredita internacionalmente como expertos en la materia, con lo que sus posibilidades de encontrar trabajo no se limitan a España, sino que podrán acceder a puestos en todo el mundo.



Jornada de Eficiencia para las Mutuas de Accidentes de Trabajo

El encuentro fue organizado por SAP en colaboración con AMAT, Mutua Universal, Seidor y Ciber

Las mutuas de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales de la Seguridad Social son asociaciones de empresarios sin ánimo de lucro que, tienen como objeto la colaboración en la gestión de la Seguridad Social y la prestación de servicios a sus mutualistas en los siguientes ámbitos: las contingencias de

accidentes de trabajo y enfermedades profesionales y la colaboración en la gestión de la prestación económica de incapacidad temporal derivada de enfermedad común y accidente no laboral. Dentro de este entorno, SAP junto con la Asociación de Mutuas de Accidentes de Trabajo, celebraron una jornada de eficiencia en la que estuvieron representadas el grueso de las mutuas de accidentes de trabajo del país y donde se mostró el proyecto transformacional englobado dentro de un plan estratégico y con una aproximación big-bang puesto en marcha en la compañía Mutua Universal.

El proyecto STEP cubre las áreas de Afiliación, recaudación, cobros y colaboradores así como las prestaciones, económicas, sanitarias e IMS. También se ha desarrollado una intranet para empresas asociadas y colaboradores.

Los principales drivers para embarcarse en el proyecto fueron: conseguir una mayor orientación a procesos mejorando las soluciones de todas las áreas de Mutua Universal, incrementar la eficiencia, dotar a la organización de mayor agilidad y capacidad de respuesta ante los cambios de negocio, regulatorios, minimizar los silos de información y procesos manuales y reducir los costes de operación.





La expansión a nuevos mercados, una oportunidad de negocio para la pyme

El sector exterior se ha convertido en una oportunidad para muchas empresas españolas que encuentran en los nuevos mercados una vía para expandir su negocio. El impulso del mercado exterior ha propiciado el actual equilibrio de la balanza de pagos y puede ser el motor para la recuperación económica del país. Esta fue una de las principales conclusiones del seminario organizado el pasado abril por SAP e ICEX, con el propósito de mostrar a las organizaciones las ventajas de abrirse camino en el exterior y las herramientas que están a su disposición para lograr el éxito en ese proceso.

Las exportaciones de nuestro país registraron un crecimiento interanual del 8% en enero de este año y la tasa de cobertura (resultado de dividir los ingresos por exportaciones entre los pagos por importaciones) ha aumentado en casi 3 puntos porcentuales. Además, según datos del ICEX, el saldo comercial con respecto a la Unión Europea ha registrado un superávit de 1.368 millones de euros, con un crecimiento del 52%, aunque se aprecia un mayor dinamismo en los mercados externos.

La exportación primera salida

Según destacó Alicia Montalvo, directora División de Infraestructuras, Medio Ambiente, Energía y TICs de ICEX, "La Unión Europea es la primera salida o la más natural de las empresas españolas, pero

estamos percibiendo que está creciendo la actividad más allá de sus fronteras. De hecho, las exportaciones en esos mercados han pasado en un año de representar el 34% al 36,5%. Es una cifra positiva porque el crecimiento del PIB mundial se está produciendo en otros mercados, Asia y Latinoamérica fundamentalmente, y si nuestras empresas quieren crecer, tienen que estar en esos países".

SAP acompaña a las empresas en su salida al exterior

El director general de SAP España y Portugal, Javier Colado, quiso destacar la labor que realiza su compañía en el proceso de internacionalización. SAP tiene soluciones que ayudan a las empresas a gestionar sus finanzas, sus RRHH, clientes, las relaciones con proveedores y a analizar toda esa información para poder conocer mejor su negocio y tomar decisiones acertadas.

Según Colado, "SAP ayuda a las empresas independientemente del modo en el que decidan abrirse al exterior: adquiriendo una compañía en el mercado de destino, abriendo una subsidiaria o bien, en el caso de las más pequeñas, simplemente vendiendo sus productos. A lo largo del año pasado constatamos, a través de nuestros clientes, que las empresas españolas están impulsando su expansión a nuevos mercados. Para respaldarles en ese proceso están confiando en SAP y en sus socios".

Visibilidad en tiempo real para las pymes

Con el lanzamiento de SAP Business One, versión para SAP HANA, la primera solución de gestión empresarial para pymes que funciona completamente en memoria, SAP ya dispone de una aplicación asequible y escalable que integra el área analítica y el área transaccional para permitir a las pymes gestionar sus negocios en tiempo real.

SAP Business One para SAP HANA, que ha estado hasta ahora en fase de ramp-up (utilizada sólo por un grupo restringido de clientes), ofrecerá en una única interfaz de usuario todos los elementos esenciales para las pymes, ayudándolas a gestionar todos los aspectos de sus negocios, desde el nivel estratégico hasta el operativo, con una mayor visibilidad y control, reduciendo los tiempos de respuesta de los informes, lo que redundará en una mayor productividad de los empleados y una mayor efectividad en la toma de decisiones.

Respuesta a nuevos problemas

La velocidad ofrecida por la computación en memoria ayudará a las pymes a responder a problemas que antes no tenían solución y permitirá a todos los usuarios ser más eficientes al beneficiarse de funcionalidades de la aplicación dirigidas a mejorar la experiencia de usuario. Esto incluye búsquedas empresariales

y un potente análisis operacional interactivo, que permite a los empleados trabajar con la información de forma más eficaz en sus labores diarias.

La posibilidad de obtener una visión más profunda de las analíticas operacionales, permite a las pymes acelerar los procesos de negocio a través de una plataforma diseñada para dar escalabilidad y un rendimiento del sistema mejorado en un entorno altamente concurrente.

La nueva aplicación, potenciada por SAP HANA, integrará las capacidades de una plataforma en memoria con las de la aplicación SAP Business One existente. La versión de SAP Business One para SAP HANA ofrece una visión en tiempo real de los negocios desde el mismo sistema que ejecuta el procesamiento transaccional, elimina la necesidad de tener un almacén de datos separado y, por tanto, ayuda a reducir los costes y la complejidad de los entornos de TI. SAP Business One, versión para SAP HANA, ayudará a las pymes a luchar contra el crecimiento sin precedentes del "big data", que resulta de la convergencia de los datos corporativos, de los procedentes del equipamiento, de los dispositivos y de los medios sociales.

Está previsto que la oferta se ponga a la venta en todo el mundo a través de VARs del programa PartnerEdge.

“Oleada” de novedades en SAPHIRE 2013

Un año más la edición de SAPHIRE 2013, el evento estrella de SAP y que tuvo lugar el pasado mes de mayo en Orlando se ha convertido en un auténtico escaparate de las novedades presentadas por el gran ecosistema de partners con los que cuenta SAP. La primera de estas novedades se refiere a la alianza firmada entre SAP y Mocana, una de las plataformas de seguridad global que más rápidamente está creciendo, para revender el producto de seguridad móvil líder en todo el mundo: Mocana Mobile App Protection. A partir de este momento la solución SAP Mobile App Protection by Mocana, que tras este acuerdo pasa a formar parte del catálogo SAP Mobile Secure, proporcionará a las empresas capacidades de gestión de apps móviles seguras. La solución está concebida para permitir a los clientes añadir rápidamente políticas de seguridad y apps para los sistemas operativos iOS y Android sin tener que escribir código. Esta alianza también ayudará a los clientes a acelerar el despliegue de apps móviles seguras, especialmente en sectores altamente regulados como servicios Financieros, Retail, Sector Público y Sanidad.

Unidad de innovación global

Otra de las novedades ha sido el anuncio por parte de SAP de la simplificación de su estructura organizativa y la creación de una única organización de desarrollo que supervisará la innovación en toda la compañía. La nueva estructura permitirá acelerar las innovaciones potenciadas por la plataforma SAP HANA; dirigir una estrategia para el desarrollo de aplicaciones en la nube específicas para las diferentes líneas de negocio; incrementar el liderazgo en movilidad y acelerar aún más la salida al mercado de su negocio cloud.

Bill McDermott y Jim Hagemann Snabe, co-CEOs de SAP AG señalaron que, “hemos transformado SAP en una compañía de crecimiento construida sobre la innovación. SAP HANA se ha convertido en la plataforma futura para nuestros clientes y está cambiando radicalmente la industria, mientras la nube está redefiniendo el mercado y los modelos de negocio. Al crear una única organización de desarrollo bajo el liderazgo de Vishal estamos acelerando tremendamente la velocidad de estas innovaciones”.

Simplifica la experiencia de uso del software empresarial

La forma en la que la gente trabaja, consume contenidos y vive la tecnología para conseguir hacer cosas está cambiando rápidamente y hay una creciente expectación y demanda de experiencias de usuario atractivas para el usuario en el lugar de trabajo cuando se utiliza la tecnología para desempeñar las tareas laborales. SAP utilizó Saphire para presentar SAP Fiori, una colección de aplicaciones simples y fáciles de usar y que pro-

porcionan una experiencia de usuario intuitiva para las funciones del software SAP de uso frecuente que funcionan en diversos dispositivos (equipos de sobremesa, tablets, smartphones) con el fin de ayudar a realizar el trabajo de forma sencilla. SAP Fiori incluye 25 aplicaciones para las funciones empresariales más comunes como, por ejemplo, aprobaciones del flujo de trabajo, búsquedas de información y tareas de autoservicio. Con esta iniciativa SAP redefine la forma en la que los usuarios profesionales realizan sus tareas diarias, al crear un formato más intuitivo y una experiencia de usuario similar a la forma en la que interactúan con la tecnología en la vida cotidiana.

El ecosistema de partners objetivo de Saphire

Como no podía ser de otra manera, Saphire también ha servido para que SAP refuerce su ecosistema de partners con la potencia de SAP HANA, impulsando las oportunidades de crecimiento y acelerando la innovación para los ISVs y nuevas startups para que construyan, comercialicen y vendan un diverso conjunto de aplicaciones para clientes de todos los tamaños y sectores.

Hay un enorme potencial si se aprovecha la potencia de SAP HANA para ayudar a impulsar el crecimiento del negocio y la innovación para SAP, nuestros socios y nuestros clientes”, ha declarado Vishal Sikka miembro del Consejo Ejecutivo de SAP AG, Tecnología e Innovación. Estamos trabajando mano a mano con nuestros partners, y están muy animados con las realmente ilimitadas oportunidades que puede ofrecer SAP HANA. Estamos viendo unos resultados impresionantes en todo tipo de partners, en las nuevas aplicaciones que están construyendo y en las nuevas áreas de crecimiento que están impulsando con SAP HANA”.

Empleo y autismo

Como parte de su compromiso para crear un mundo mejor, SAP trabajará globalmente con Specialisterne para dar empleo a personas con autismo como probadores de software, programadores y especialistas en garantía de calidad de los datos. SAP ve una potencial ventaja competitiva en aprovechar el talento único de las personas con autismo, al tiempo que les ayuda a asegurar un empleo. Se estima que el 1 por ciento de la población mundial está afectada por autismo (Trastorno del Espectro Autista).

Este anuncio global se produce tras el éxito alcanzado con sendos proyectos piloto que se han desarrollado en India e Irlanda y que demuestran el impacto positivo de apoyar a las personas con autismo a destacar en sus áreas de especialización.

Informe conjunto sobre resultados financieros y política de sostenibilidad

SAP ha publicado el primer informe integrado, que combina la información de su memoria anual con la que incluye en su informe de sostenibilidad. La combinación de ambos informes en un único documento online permite a SAP destacar las conexiones entre el rendimiento financiero y no financiero de la compañía y supone un hito en el camino emprendido por la compañía para pasar de una estrategia de sostenibilidad a una estrategia corporativa más sostenible.

El mundo está experimentando grandes cambios en la economía, tecnología, sociedad y medio ambiente. Las organizaciones están luchando por entender el impacto que esos cambios están teniendo en los negocios, tanto a corto como a largo plazo. Con el fin de ayudar a sus clientes a realizar ese proceso de una forma efectiva, SAP ha adquirido el compromiso de desarrollar soluciones de tecnología innovadoras que ayude a que el mundo funcione mejor y la vida de las personas sea mejor.

Un informe integrado facilita y refleja esta nueva forma de pensar acerca de la creación de valor. SAP evalúa su desempeño a través de cuatro objetivos que se aplican a toda la compañía y suponen un equilibrio entre los aspectos financieros y los no financieros: aumento de

los ingresos, expansión de márgenes, satisfacción de clientes y compromiso de los empleados. Muchos de los indicadores no financieros de SAP tienen un impacto en esos objetivos. La metodología integrada en la elaboración de informes permite a la compañía identificar, establecer y destacar de una forma más sencilla las dependencias entre el rendimiento financiero y el no financiero.

Un ejemplo de esa metodología es el impacto que ha tenido una aplicación desarrollada por SAP para que sus empleados compartieran sus vehículos para trasladarse a sus puestos de trabajo. En su primer año, los empleados de SAP en Alemania realizaron más de 22.500 viajes compartidos, evitaron más de 500.000 kilómetros de conducción, crearon 1.400 días de networking y ahorraron 47 toneladas de emisiones de gases de efecto invernadero.



SAP Quality Awards, la mejor forma de añadir valor a los logros alcanzados con SAP

Un año más SAP anuncia el inicio del proceso de nominación para los premios SAP Quality Awards 2013 en la región de EMEA. Se trata de unos galardones que reconocen a los clientes que han decidido apostar por la calidad en sus implementaciones de software SAP y que, a través de una planificación y ejecución exitosa, obtienen un gran valor añadido para su negocio. Se reconocen de este modo los logros alcanzados por los clientes de SAP, de cara al mercado y dentro de las organizaciones, gracias a las soluciones que la compañía les ofrece. Pueden optar al premio todos los clientes de SAP que presenten su candidatura, antes del 20 de septiembre de 2013 para proyectos en productivo entre enero 2012 y julio de 2013.

La organización de los SAP Quality Awards 2013 ha dividido en tres las categorías (basta cumplir 2 de los 3 criterios que se mencionan): Implementaciones pequeñas (menos de 100 usuarios, menos de 5 meses de duración y menos de 400 días/hombre); Implementaciones de medianas (entre 80 y 500

usuarios, entre 4 y 12 meses de duración y entre 300 y 1.400 días/hombre); Implementaciones grandes (más de 500 usuarios, más de 10 meses de duración y más de 1.000 días/persona)

Los premios –Oro, Plata y Bronce– serán entregados localmente en cada categoría. Todos los proyectos que se alcen con el Oro a nivel local, pasarán a competir, directamente, a nivel regional con el resto de galardonados en SAP EMEA, en donde adicionalmente se creará una nueva categoría de premios de Implementación de Proyectos Innovadores, según la Solución implantada.

Más información y registro www.sap.com/qualityawards2013

SAP Quality Awards
2013

ANALIZAMOS

Nuevos desafíos de la banca

INTEGRAR CANALES Y PONER EN EL CENTRO DEL NEGOCIO AL CLIENTE

Los bancos deben convertirse en algo más que lugares donde los usuarios almacenan dinero y realizan pagos. Así lo asegura el estudio "La clave de la banca minorista en la era móvil: integración de canales", en el que han participado varios expertos de diferentes áreas de la empresa convocados por SAP para reflexionar sobre los nuevos modelos, que deberían adoptar las instituciones financieras como consecuencia de

las nuevas posibilidades que abren las nuevas tecnologías en lo que se refiere a la relación con los clientes. En el mismo estudio se sostiene que el viejo modelo de banca está actualmente amenazado por los bancos en internet, los servicios de pago a través del teléfono móvil y las transacciones realizadas mediante entidades no bancarias, como PayPal, Google o incluso Wal-Mart.

No obstante, los expertos apuntan a la existencia de una oportunidad para poder competir con estos nuevos actores en el mercado, y ésta radica en proceder a una integración real de los diferentes canales de interacción con los clientes. "Se trata de generar una experiencia holística, completa, que otorgue valor tanto al banco como a sus clientes, con independencia de que el contacto con la entidad se lleve a cabo de una manera presencial, dentro de la pro-

pia sucursal, o mediante plataformas online o concebidas para teléfonos móviles", se asegura en el estudio.

Para mostrar un ejemplo del impacto que ya empiezan a tener esos nuevos actores, la experta de SAP Grace Bormann, Responsable de Ventas de Soluciones de Banca de SAP, asegura que los proveedores de transacciones no bancarias, que están generando una auténtica disrupción en la industria financiera, son responsables de pagos vía PayPal por un valor superior a los 200.000 dólares cada 60 segundos;

"Para competir, los bancos necesitan acometer una transformación focalizada en la experiencia de los clientes"



de igual manera que a través de eBay se llevan a cabo cerca de 1.000 compras por minuto y más de 100 transacciones a través del teléfono móvil. Al mismo tiempo, se está forjando una nueva generación que proyecta un pensamiento completamente diferente en lo que concierne a la relación que mantienen con los bancos. Así, por ejemplo, un reciente estudio de la Reserva Federal de los Estados Unidos revela que el 44% de los usuarios de la banca móvil son jóvenes de edades comprendidas entre los 18 y los 29 años, mientras que este mismo segmento de población supone sólo el 22% de los usuarios de telefonía móvil.

A pesar de las tendencias que empiezan a emerger en el horizonte de esta industria, el experto Jesper Behr, Consultor de Soluciones de Gestión de Banca de SAP, declara que, a partir de la experiencia que acumula dentro de SAP con clientes del sector bancario, se evidencia que muchas entidades cuentan con nume-

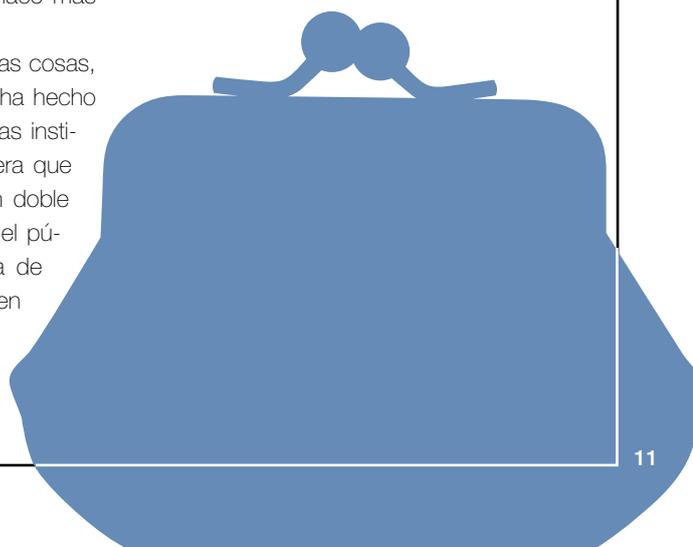
rosos procesos separados, así como con sistemas de IT diferentes pero que, más o menos, realizan las mismas tareas. "Si los bancos pudieran crear un pequeño número de procesos estandarizados para ser aplicados en diferentes escenarios, tendrían más flexibilidad para cambiar o añadir nuevos productos y servicios sin la complejidad y el coste que actualmente tienen", afirma. Y añade que esa flexibilidad para reaccionar al mercado no se puede conseguir con "viejos sistemas de hace más de 30 años".

Para complicar aún más las cosas, la crisis financiera en Occidente ha hecho mella en la credibilidad de muchas instituciones financieras, de tal manera que ahora el sector se enfrenta a un doble reto: restaurar la confianza entre el público y reaccionar a la amenaza de nuevos operadores que no poseen un ADN 100% bancario. En este sentido, Behr considera que para reconstruir la confianza

perdida, los bancos necesitan comprometerse nuevamente con las propuestas de valor para sus clientes y que éstas arraiguen en todos los rincones de la organización. "Todo lo que los clientes esperan para creer en sus bancos depende de sus propuestas de valor", concluye.

Ambos expertos subrayan que estas instituciones han perdido la conexión emocional con sus clientes, que impulsa la confianza y la lealtad, e insisten en que recuperar

>





El éxito vendrá para la banca de la integración de todos los canales de interacción con los clientes: online, móvil, oficinas y cajeros automáticos”

> esta conexión es imprescindible para alejar de su negocio a los nuevos jugadores. “Para luchar, los bancos necesitan acometer una transformación focalizada en la experiencia de los clientes”, sentencian.

A pesar de todo, un reciente estudio de EFMA (European Financials Management) Associate pone de manifiesto que sólo un 28% de los bancos se consideran a sí mismos como organizaciones centradas en su público. Para el resto, poner en el centro de su actividad a los clientes implica acometer una completa transformación, incluida la de reinventar los canales bancarios y los procesos de negocio, además de dotarse de la habilidad para responder con rapidez a nuevas oportunidades de mercado. Y el problema con el que se tropiezan, según los expertos, radica en que “la mayor parte de los grandes bancos aún funcionan con sistemas instalados hace tres o cuatro décadas, con negocios estancos, haciendo de la integración de canales un reto complejo y costoso”, aseguran.

Jesper Behr y Grace Bormann ofrecen nueve pasos a los bancos para lograr seducir a los clientes: 1. Desarrollar una visión centrada en el cliente. 2. Copiar los que otras industrias han hecho para acercarse a ellos. 3. Cuantificar el valor que se derivará para el banco con el cambio. 4. Unir la transformación del negocio con la nueva visión. 5. Escribir una narrativa del cambio en términos de experiencia para el cliente más que en términos de costes y eficiencia. 6. Cambiar la mentalidad. 7. Crear una hoja de ruta. 8. Actualizar la visión cada año. 9. Evaluar los beneficios derivados de la inversión en IT.

Los dos expertos sostienen que una estrategia centrada en la experiencia del cliente está en mejor disposición de ofrecer dividendos que otra que se apoye en viejas formas de hacer las cosas y que sólo se preocupa del coste y la eficiencia. Y se cita como ejemplo el estudio realizado hace unos meses por Temkin Group, que indica que empresas con ingresos superiores a los mil millones de dólares han duplicado sus ventas tan sólo por la vía de mejorar la experiencia de sus clientes. Al fin y al cabo, Capgemini y EFMA muestran también que en este frente hay un nicho de oportunidad, pues menos de la mitad de los clientes bancarios dicen tener una experiencia positiva con sus bancos.

Con independencia de que los bancos sean diferentes a tiendas de moda o de electrodomésticos, estos dos expertos creen que pueden aprender mucho de este tipo de comercios a la hora de mejorar la relación con sus clientes, pues para todos ellos este aspecto se ha convertido en un factor crítico para el desarrollo de sus negocios. Entre otras muchas cosas, los bancos pueden aprender de las tiendas el dejar que sean los propios clientes los que elijan el canal de compra que más les convenga, al igual que ayudarles a usar los productos. También les podría ser muy útil ofrecer a sus clientes productos diseñados y pensados exclusivamente para ellos y premiar la lealtad mediante ventajas adicionales a las que puedan tener otros.

“Los bancos están en una encrucijada y los banqueros saben que necesitan modernizarse para mantener su competitividad”, afirman Behr y Bormann, para quienes la solución pasa por acometer una transformación del negocio que haga de los bancos

unas organizaciones centradas en los clientes más que en la oferta de productos.

A su juicio el éxito vendrá para la banca de la integración de todos los canales de interacción con los clientes: online, móvil, oficinas y cajeros automáticos, redefiniendo cada uno de ellos en función del tipo de actividad que cada cliente quiera realizar. Además, romper los compartimentos estancos entre canales y líneas de producto creará oportunidades para innovar con nuevos servicios que sean del agrado de los clientes y que les ayuden a gestionar mejor su dinero.

En suma, los expertos de SAP creen que los bancos que afronten esta transformación estarán en una posición inmejorable para sobrevivir en un escenario marcado por la aparición de nuevos mercados, nuevos segmentos de clientes y la aparición de nuevas tecnologías que permitirán hacer las cosas de un modo completamente diferente y más satisfactorio para los usuarios.



ELIJO GESTIONAR EL
TALENTO DE MI
EMPRESA CON
SOLUCIONES SAP
ELIJO **EVERIS**



attitude makes the difference

Consulting, IT & Outsourcing
Professional Services

everis.com

*Alfonso Canals, Director de Estrategia Tecnológica, Procesos y Eficiencia de Cumbria FSC**

LOS RETOS TECNOLÓGICOS DE LA BANCA: TENDENCIAS PARA MEJORAR LA RELACIÓN CON EL CLIENTE

En un entorno incierto, donde la crisis es el elemento que marca la dinámica del mercado, las entidades financieras deben focalizarse en mantener a los clientes existentes y atraer nuevos clientes como base de prosperidad futura de la entidad.

Para complicar aún más la situación, estas decisiones deben de estar sesgadas por la racionalización de costes y la gestión del riesgo que marcan los reguladores cada vez más involucrados y comprometidos en estos procesos, de un modo continuo e incrementado la presión al sector.

Con el entorno claramente fijado, dos son las tendencias que queremos destacar en el presente artículo. La primera es la inversión de la banca, que se ha centrado claramente en los dispositivos móviles, que cumple los dos requerimientos de mantener y generar nuevos clientes. A pesar del limitado retorno de estas inversiones, que se ha logrado hasta la fecha, será el elemento clave en el futuro para diferenciarse y man-

tener el contacto del banco con sus clientes existentes o potenciales.

La multicanalidad proporcionada por las Webs bancarias han robado protagonismo a las oficinas y la inversión en movilidad puede enlazar de nuevo al cliente con este canal tradicional, clave para el banco como la principal fuerza comercial y generadora de margen.

Consideramos que los diferentes canales en vez de canibalizarse deben colaborar en la generación de valor, como un proceso que empieza por un canal cualquiera y al que nos debemos dirigir por el camino óptimo para finalizar la transacción bancaria.

Dos son las tendencias que la banca debe desarrollar en la movilidad. Por un

lado, la granularidad de la funcionalidad de las aplicaciones huyendo de soluciones genéricas que no le diferencian del resto de las entidades. Por otro lado, la diversidad de las diferentes características culturales, técnicas y económicas, de los segmentos potenciales.

A modo de ejemplo ilustrativo algunas tendencias son:

- Asesor móvil para pagos digitales. Un asesor de pago digital móvil es una aplicación para teléfonos inteligentes que asesora a los consumidores de forma dinámica en la solución de pago más conveniente a utilizar para cualquier transacción. Tiene en cuenta el pago y las tarjetas de fidelización de los usuarios, los saldos en cada cuenta y el historial



La banca, que se ha centrado claramente en los dispositivos móviles, cumple los dos requerimientos de mantener y generar nuevos clientes.

de pagos asociados. Lo que redundará en la eficiencia de la economía personal del cliente.

- La integración de los dispositivos móviles con los cajeros (ATMs). Los consumidores utilizan sus dispositivos móviles y aplicaciones propias del banco para llevar a cabo transacciones de auto-servicio específicas, tales como dinero en efectivo. Un cliente puede obtener recomendaciones respecto a los ATMs más adecuados. Por ejemplo, los que están en funcionamiento, tienen suficiente efectivo o no tienen colas de espera. Basado en la ubicación de los consumidores, sobre la ruta conocida y planeada. Su integración con los dispositivos NFC; los clientes simplemente acercando sus dispositivos a los cajeros automáticos podrán, por ejemplo, obtener dinero en efectivo.
- Préstamos y microcréditos mediante el móvil. Los clientes minoristas y comerciales, empleados bancarios, y terceros

implicados en el origen y mantenimiento de un préstamo podrán acceder a la información, presentarla y seguir los procesos mediante teléfonos inteligentes. Estos procesos se integrarán en el flujo de trabajo con el dispositivo inteligente del cliente y puede ser aplicado a cualquier transacción compleja.

La segunda tendencia que queremos destacar es el cambio progresivo del uso de los datos de los clientes en el back office del banco.

Aunque tradicionalmente los bancos han visto los datos del cliente como algo que tenía que ser almacenado de un modo seguro, esto es diferente de esconderlos al propio cliente. Incluso teniendo en cuenta la LOPD, con demasiada frecuencia, estos datos son un pasivo infratilizado y sobreprotegido. Los datos ahora pueden ser vistos como un activo para el propio cliente que puede ser utilizado para administrar mejor sus finanzas personales, y que se refleja en el creciente interés en

las capacidades de gestión de las finanzas personales que se ofrecen por parte de los bancos y terceros. Este aspecto redundará en una comprensión mucho más clara de su situación financiera y sus necesidades más amplias de los productos o servicios.

Otro aspecto de esta situación, más conocido, es la generada por la propia entidad financiera que necesita analizar este Big Data de información para poder tratar a sus clientes de un modo diferenciado. El paso de esta gran cantidad de datos a información útil diferenciará el modo que los bancos interactúan con sus clientes existentes y potenciales afectando el día a día y la lógica bancaria en su totalidad, mediante la aplicación de herramientas de descubrimiento de negocio (business discovery).

*Cumbria FSC es la firma líder de estrategia y consultoría multicanal de la Banca española.

TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA DE SUS PROCESOS CLAVE

Mutua Universal se ha convertido en la primera entidad de su sector en integrar todo su modelo de negocio en un entorno SAP. Desde enero de 2013, los procesos de gestión de las Prestaciones y Servicios, la gestión de la Afiliación, Recaudación y gestión de Colaboradores, así como el espacio de la web reservado para usuarios y clientes, están perfectamente integrados, con el resto de los sistemas de la compañía

La labor de Mutua Universal se inscribe en la que llevan a cabo las Mutuas de Accidentes de Trabajo y Enfermedades profesionales que colaboran con la Seguridad Social. Tiene 144.000 empresas asociadas y cubre la salud y las prestaciones de más de 1.200.000 personas. Tramita todo lo relacionado con las prestaciones de incapacidad, las contingencias comunes, prestaciones de invalidez, subsidios y asistencia (primaria y hospitalaria). Su plantilla, que supera los 1.800 empleados, se distribuye por 140 centros propios en toda la geografía española.

Antes de iniciar este nuevo proyecto, la entidad ya era conocedora de las soluciones SAP. De hecho, disponía de ERP en otros ámbitos del modelo de negocio, pero el paso que ha supuesto la completa inmersión en el entorno SAP, ha sido el diseño de un proyecto denominado STEP, con el fin de integrar las áreas asistenciales y cercanas a las prestaciones que todavía estaban fuera de estos sistemas.

Desde el punto de vista técnico, el proyecto STEP suponía abandonar una tecnología basada en host para evolucionar hacia estos nuevos entornos. Ello supuso volcar millones de datos registrados, realizar una formación para que la plantilla se habituara a una nueva forma de trabajar.

En definitiva, y según recalca, Jordi Calvo, director de Tecnología y Sistemas de Información de la Mutua Universal, "la necesidad de transformar la arquitectura de nuestros sistemas de información para mejorar la gestión de las prestaciones y servicios asistenciales y reducir los costes operativos, nos condujo a implantar esta solución".

Desde la fase de diseño del proyecto, en el año 2010, hasta su puesta en marcha en enero de 2013, se ha trabajado con un equipo de casi 100 personas, que fueron claves para el éxito de la experiencia final. En estos momentos, el nuevo sistema ya posibilita la toma de decisiones de los profesionales que integran el equipo asistencial (multidisciplinar) para prestar mejor atención sanitaria y cuidados de salud óptimos.

Entre sus funcionalidades, figura el registro de los documentos precisos para la atención, valoración, diagnóstico y trata-





miento médico y quirúrgico de las lesiones o dolencias sufridas, las prescripciones facultativas y todas las técnicas diagnósticas y terapéuticas que se consideren oportunas por los facultativos, la rehabilitación o reeducación funcional, así como el conjunto de cuidados de salud necesarios y el intercambio de información con otras Mutuas.

Además, el sistema permite registrar y dar soporte al equipo de profesionales asistenciales en las decisiones y criterios relacionados con las especificidades de los procesos operativos como son la emisión de bajas, la derivación a otros centros (SPS- Servicio Público de Salud), la previsión de duraciones y el pronóstico de secuelas.

Con este proyecto, Mutua Universal ha alineado su sistema

Con este proyecto, Mutua Universal ha alineado su sistema tecnológico con el del Servicio Público de Salud, que también trabaja con SAP, y ha facilitado el intercambio de información con los colaboradores

tecnológico con el del Servicio Público de Salud, que también trabaja con SAP y ha facilitado el intercambio de información con los colaboradores. Así mismo, se flexibiliza la incorporación de cambios legales. Hay que decir que SAP y el proyecto STEP ha dado respuesta a todos estos requerimientos, dada sus amplias posibilidades de personalización y escalabilidad, su fácil adaptación para el usuario y su gran integración con otros sistemas de la Mutua.

Otro de los servicios que queda plenamente cubierto es el proceso operativo de los subsidios y de las indemnizaciones que gestiona Mutua Universal. Esta faceta incluye la propuesta y reso-

lución de expedientes, los pagos y las gestiones administrativas. Asimismo, las compras y la facturación de la logística asistencial también son controladas desde la herramienta, así como la afiliación de trabajadores, recaudación y cobros.

Para, Jesús Bou, Director Corporativo y de RRHH, "el objetivo perseguido por Mutua Universal es facilitar la consecución de los objetivos estratégicos de la compañía: la excelencia en el servicio, mediante la mejor prestación a nuestros asociados y afiliados, y obtener un resultado sostenible reduciendo los costes operativos".

La organización ha mejorado gracias al control que tiene la herramienta sobre el acceso privado a la web, donde los clientes pueden gestionar de forma directa algunos de los servicios más comunes, como son la gestión de documentación relativa al trato con el asegurado, y algunos trámites de tipo administrativo

Mutua Universal ya ha contabilizado los primeros beneficios que la puesta en marcha del STEP ha reportado a la entidad. La eficacia es el hilo común de la integración en un solo sistema del modelo de negocio, al tiempo que la seguridad se ha reforzado gracias a la gestión basada en el dato único. El proceso de transformación no ha constituido simplemente un cambio tecnológico para integrar la información, también ha promovido una nueva cultura organizativa que incentiva una gestión colaborativa por procesos. Todo ello redundará en una mejora significativa en el análisis de la información y la capacidad de mejorar o agilizar la adaptación a cambios legislativos.

Desde el punto de vista económico, Mutua Universal calcula que el ahorro logrado con el nuevo sistema se puede cuantificar en 2,5 millones de euros anuales. Otros datos cuantificables son la simplificación de entrada al sistema, el registro y la disminución de incidencias.

Todo el negocio de Mutua Universal se asienta ahora sobre SAP. En este momento, la compañía evalúa la implantación de nuevos módulos como Invoice Management, BPC, GRC y Hana, y estudia desarrollar aplicaciones para movilidad.

INNOVADORA VISIÓN EN LA GESTIÓN DE PERSONAL

Dedicada al cuidado de la salud visual, General Optica lidera el sector óptico en España desde hace más de 50 años y es considerada empresa de referencia en el sector en Portugal desde el año 2009, donde opera bajo el nombre comercial Mais Optica. La compañía dispone de más de 250 establecimientos y emplea a más de 1.700 profesionales.

En los últimos años, la organización ha apostado por la innovación técnica y la calidad de sus servicios, lo que le ha llevado a incorporar nuevas marcas de prestigio internacional y a lanzar novedosas propuestas de valor a los clientes, como los gabinetes de audiología. Además, tras ser adquirida por el Grupo italiano De Rigo en el año 2000, General Óptica ha duplicado en una década su presencia en el mercado.

Ante el reto de gestionar todas estas innovaciones técnicas y servicios, y responder con eficacia a los desafíos derivados de su gran expansión y crecimiento en el mercado, General Óptica ha decidido contar con el apoyo de SAP para modernizar su sistema de información y poder responder así con éxito a los nuevos requerimientos.

El proyecto supuso acometer cuatro objetivos principales. El primero, sustituir el ecosistema informático que daba soporte a los procesos de administración de personal y nómina por un nuevo y único sistema moderno y unificado, de fácil facturación, y con proyección de futuro. En segundo lugar, se planteó reestructurar los procesos productivos, desplazando la carga de trabajo al software con el fin de liberar a las personas. De esta manera, se garantizaba la eficacia y se maximizaba la eficiencia. El tercer objetivo consistió en obtener información ágil y rápida de los centros de trabajo en España y el extranjero. Y el cuarto se impuso como requisito una ejecución del proyecto ágil, de alta calidad y con la mínima intrusión en el día a día del negocio.

El éxito alcanzado por General Óptica en este proyecto ha consistido en sustituir por SAP HCM su antiguo sistema de software para administración de personal y nómina, basado en aplicaciones, bases de datos y hojas de cálculo. "Con la incorporación del módulo HCM en nuestra plataforma actual de SAP, hemos conseguido concentrar en una única herramienta toda la gestión crítica de nuestro negocio. El proyecto, ejecutado por Stratesys,

nos ha permitido una implantación ajustada a los plazos previstos y con una puesta en marcha prácticamente transparente para toda la organización", afirma Lali Brucart, Directora IT de General Óptica.

El sistema se ha enmarcado dentro de la plataforma SAP que ya utilizaba General Óptica para otros módulos, rentabilizando así las inversiones realizadas con anterioridad. Hay que recordar que esta tecnología hace posible la integración con otras soluciones y presenta un repositorio de datos único que proporciona un sistema unificado para almacenar y tratar la información. Además, la integración con herramientas conocidas como Microsoft Office y la utilización de una plataforma ya instalada en la compañía para otros módulos y países, supuso un menor coste de mantenimiento e infraestructura.

"Con la incorporación del módulo HCM en nuestra plataforma actual de SAP, hemos conseguido concentrar en una única herramienta toda la gestión crítica de nuestro negocio"

El modelo de implantación contempló la utilización de métodos ágiles en la gestión de proyectos de software, con una visión global y en un contexto de colaboración, una alta visibilidad y control, nuevas formas de evolución y el empleo de Software Productivity Pack de Stratesys, que ha reducido el proceso significativamente. "El equipo de implantación ha sido permeable a nuestras particularidades. Ha sabido adaptar los procedimientos de implantación a nuestras necesidades en cada momento, sin perjuicio de la cali-



dad, y asegurando la gestión del cambio", afirma Óscar Marcén, Jefe de Desarrollo de Sistemas de General Óptica.

Las actividades que han quedado cubiertas por la implantación de la solución en la compañía, y han conseguido de esta forma mejorar su rendimiento y eficacia, han sido numerosas. Por ejemplo, la gestión de los movimientos de personal ha sido automatizada, y en la gestión del organigrama de personal se han llevado a cabo cambios dinámicos y un plan de ocupación integrado con los centros de coste.

Por otro lado, el cálculo de las nóminas españolas y portuguesas ha sido centralizado, permitiendo el pago de primas variables mensuales en base a criterios complejos de ventas por tienda y grupo de personal. Además, la nueva plataforma facilita la realización de muchas otras tareas, como la automatización de ascenso de categoría salarial, según convenio; la comunicación automática y masiva con las administraciones públicas, el traspaso directo de contabilización de nómina con centros de costes asociados y provisiones, y el reporting operativo y analítico mediante BI HCM.

En suma, desde un punto de vista técnico, el proyecto ha supuesto la integración completa con el resto de aplicaciones SAP implantadas en la compañía en 2010, lo que ha permitido eliminar el antiguo sistema de interfaces entre aplicaciones. Y por lo que respecta a la vertiente funcional, ha conseguido transformar tareas repetitivas y sin valor añadido en tareas mucho más ágiles y con mayor capacidad de análisis.

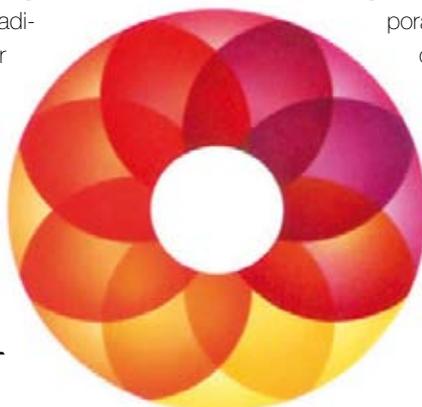
Asimismo, se han reducido costes con el ahorro de tiempos improductivos mediante la automatización y el tratamiento masivo de las comunicaciones con la administración, y se ha minimizado el riesgo sobre procesos cambiantes



como la nómina y la extracción de información en tiempo real y descentralizada. "Con el proyecto de implantación de SAP HCM, hemos reajustado nuestros procesos y reducido tiempos improductivos, respaldados por la solidez y fiabilidad del nuevo sistema y apoyados en la empatía manifestada por el equipo implantador con nuestras necesidades", apunta Susana Gutiérrez, directora de Recursos Humanos de General Óptica.

La implementación de SAP HCM en General Óptica es solo la primera fase en la estrategia de incorporación de una solución global que cubra todos los requerimientos del área de RRHH. De hecho, tras el éxito de esta etapa, ya se ha puesto en marcha la segunda fase del proyecto, en la que se pretenden incorporar los módulos de selección de personal, evaluación, formación, seguridad y salud laboral.

De esta forma, General Óptica gozará de una plataforma óptima para llevar a cabo una gestión de sus Recursos Humanos lo más eficaz y eficiente posible, y que actúe con la agilidad y precisión que necesita una compañía con tal nivel de capital humano y recursos.



UN SISTEMA ÚNICO PARA UNA EMPRESA GLOBAL

SAP consigue unificar en un sistema ERP todas las peculiaridades de las compañías que componen el grupo líder en diseño, fabricación y comercialización de productos para espacios de baño.

El Grupo Roca es el mejor ejemplo de una empresa global. Con 76 factorías en 18 países y una red comercial en 132, vive día a día el gran reto de organizar una compañía en constante movimiento, en todas las zonas horarias, decenas de idiomas y con miles de empleados. Partiendo de estas bases, ha buscado el apoyo de SAP con el fin de desarrollar e implantar una herramienta destinada a unificar y avanzar con un modelo de negocio único.

El Grupo Roca es una de las compañías líderes en el mundo en el sector del diseño, la producción y la comercialización de productos para el espacio de baño, con cifras de ventas que alcanzaron los 1.551 millones de euros en 2011. La empresa, de origen español, ha consolidado un proceso de expansión internacional sobre sólidas bases que ahora se organizan sobre un modelo de negocio único para todas sus sociedades. En este camino, la necesidad de ordenar procedimientos y asegurar el control de las operaciones, al tiempo que se observan las características de cada empresa, lleva a Roca a afrontar una reingeniería de todos sus procesos con el objetivo de disponer de un único sistema Template que pueda ser implantado en todas las sociedades del Grupo.

Bajo el proyecto SAP FUSION, Roca ha puesto en marcha una estrategia para implantar un único sistema ERP que pueda dar servicio a todas las sociedades del Grupo, sin olvidar las distintas peculiaridades de cada una de ellas. El proyecto unificará todas las empresas del Grupo en una sola instancia de SAP y permitirá lograr la consecución de un conjunto de retos clave: estandarizar y armonizar todos los procesos de negocio de todas las compañías del grupo; definir unas KPI's globales, con un único reporting estratégico y operativo; disponer de un servicio de soporte único, y reducir los costes de mantenimiento con la simplificación del mapa de sistemas.

La naturaleza y la forma de funcionamiento de las compañías del Grupo Roca propiciaron el diseño de SAP ECC Template (módulos SD, MM, FI, CO, PP, PM, QM, WM y SAP PI con 100 interfaces contra 10 sistemas externos). Su virtud es la capacidad de adaptarse a los requerimientos de cada compañía. Para ello, se diseñan dos tipos de aceleradores: uno para la parte del customizing (sistema preconfigurado de SAP) y un segundo tipo de acelerador para los desarrollos del propio sistema que permite activarlos o desactivarlos según determinados datos organizacionales, lo que se denomina encapsulamiento.

El diseño de SAP tiene la ventaja de disponer de una sola capa de parametrización para todos los desarrollos, lo que le permite minimizar el esfuerzo en los roll-outs a las distintas sociedades. Así estos desarrollos se pueden activar o desactivar, de forma sencilla, a conveniencia de la empresa en la que se implante. A ello hay que sumar un sistema de reporting en el que de una forma sencilla es posible ver todos los procesos/ desarrollos que afectan a una determinada estructura de la organización.

La principal ventaja de este modelo es que todos los desarrollos están modularizados, con un código limpio y claro que facilita el posterior mantenimiento y reduce de manera exponencial el tiempo de los roll-outs de una nueva sociedad, sin necesidad de





“La puesta en marcha del proyecto nos va a permitir de manera muy sencilla configurar si un desarrollo se activa o desactiva en un roll-out, sin necesidad de tener que realizar modificaciones”

Pau Abelló, IT Director en Grupo Roca

programación ni perfiles técnicos. Siguiendo la misma política que tiene SAP, en la que por parametrización (customizing) se pueden activar/desactivar los procesos de negocio, se ha conseguido tener esta misma funcionalidad en los desarrollos a medida creados para Roca.

Respecto a esta implantación, Pau Abelló, IT Director en Grupo Roca, afirma: “Con la inversión realizada en la encapsulación de los desarrollos también vamos a reducir el coste del futuro mantenimiento cuando se realicen todos los roll-outs, ya que mediante la herramienta de reporting podremos ver exactamente los desarrollos que se están utilizando. La localización del problema y su solución se llevará a cabo en un tiempo mucho menor”.

El proyecto de encapsulamiento comenzó en febrero de 2012 y entró en producción el 2 de julio de 2012, sólo para la empresa Roca Sanitario. En la primera fase de diseño se observaron todos los procesos

generales que más tarde se activarán en función de las características de la empresa en la que se implemente la solución. En la fase de construcción también se tuvieron en cuenta todos los parámetros. Desde este momento, la herramienta está totalmente preparada para ponerse en marcha en las diferentes compañías del grupo, de una forma rápida y eficaz, reduciendo el tiempo de desarrollo y por consiguiente de implantación.

Dentro de la solución implantada se han introducido los módulos de Ventas, Compras, Finanzas, Controlling, Planificación de Producción, Calidad, Mantenimiento de Planta y Gestión de Almacenes. Los procesos clave del sistema son: Contabilidad y Cierre Financiero, Proceso de Facturación y Pago, Gestión de Deudores, Análisis de Operaciones, Aprovisionamiento y Ejecución Logística, Desarrollo y Fabricación de Productos, y Ventas y Servicio.

“La puesta en marcha del proyecto nos va a permitir de manera muy sencilla configurar si un desarrollo se activa o se desactiva en un roll-out, sin necesidad de tener que realizar modificaciones. Todo se va a convertir en una acción de parametrización”, argumenta Pau Abelló, IT Director en Grupo Roca.

Grupo Roca ha conseguido un sistema único para la gestión de un entramado empresarial amplio, sin que se pierda la identidad de cada empresa y atendiendo a sus necesidades, que se irá implantando poco a poco en las diferentes compañías. Y SAP ha sabido dar una respuesta a un sistema complejo y amplio, convirtiéndose en la apuesta de futuro para Roca.



CENTRALIZACIÓN DE LA GESTIÓN FINANCIERA EN INTERCRUISES

Intercruises es una compañía con sede en Barcelona, perteneciente al Grupo TUI Travel y ofrece servicios, tanto en operativas de tierra como de consignación, al sector de cruceros y cuenta con una plantilla de 300 empleados.



Junto con Accenture buscó hace unos meses la mejor opción para poder implantar un backoffice que respaldara la integración de sus delegaciones en Estados Unidos. La compañía necesitaba que ese sistema estuviera preparado para el futuro crecimiento del negocio, no tuviera limitaciones a la hora de ampliar el despliegue y pudiera ser implantado en otras subsidiarias.

Asimismo, quería que el mantenimiento de los datos maestros por parte de los usuarios fuera muy sencillo y que permitiera incrementar la productividad.

La implantación de SAP Business ByDesign permite una integración con el resto de soluciones estratégicas del Grupo TUI

Todo ello lo encontró en el ERP basado en Cloud, SAP Business ByDesign. Actualmente, las cuatro subsidiarias de Estados Unidos están totalmente integradas y se ha reducido la complejidad en el mantenimiento de los datos maestros. Con respecto a la productividad, la misma plantilla desarrolla ahora una carga de trabajo superior. Hay que decir que el pro-



yecto le ha valido a InterCruises uno de los premios SAP Quality Awards de la última edición.

La implementación de SAP Business ByDesign dentro de InterCruises fue uno de los proyectos clave de la empresa en 2012, y fue ejecutado por el equipo responsable de proyectos estratégicos de IT del Grupo TUI Travel Accommodation & Destinations.

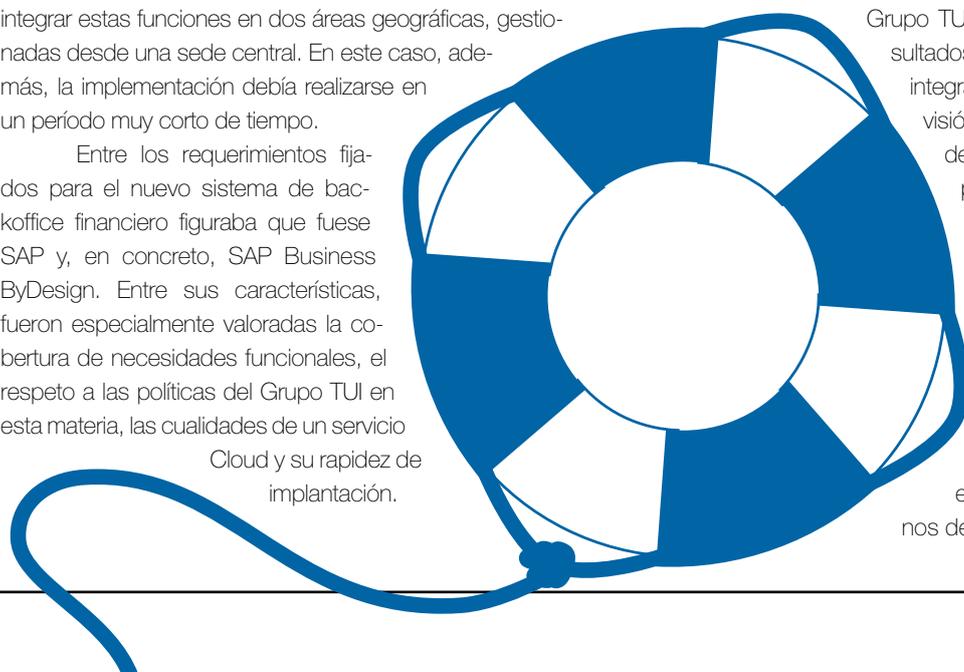
El gran crecimiento experimentado por InterCruises Norte América y Caribe recomendó a la dirección de la compañía una actualización del sistema de backoffice para su gestión. Una vez conseguidas importantes sinergias operativas, se imponía la necesidad de integrar estas funciones en dos áreas geográficas, gestionadas desde una sede central. En este caso, además, la implementación debía realizarse en un período muy corto de tiempo.

Entre los requerimientos fijados para el nuevo sistema de backoffice financiero figuraba que fuese SAP y, en concreto, SAP Business ByDesign. Entre sus características, fueron especialmente valoradas la cobertura de necesidades funcionales, el respeto a las políticas del Grupo TUI en esta materia, las cualidades de un servicio Cloud y su rapidez de implantación.

El nuevo sistema ha permitido a la compañía implementar un sistema financiero capaz de integrar cuatro partes distintas del negocio que operan en una misma región, al tiempo que reducir la complejidad para los usuarios que lo utilizan, de forma que se ha visto notablemente incrementada la productividad. De hecho, el mantenimiento de información básica de negocio vio reducida su complejidad y se ha aumentado la productividad de los empleados gracias al nuevo sistema.

La implantación de SAP Business ByDesign permite una integración con el resto de soluciones estratégicas del Grupo TUI. No sólo se pueden consolidar los resultados dentro del sector en SAP ERP con una integración nativa, sino que se podrá tener una visión sobre el mismo proceso con el sistema de operaciones que se está desarrollando para InterCruises.

Actualmente, InterCruises está en fase de desarrollo e implantación de la solución operacional que se integrará con el sistema financiero. Dicha solución operativa se basa en un sistema hecho a la medida del negocio, como de la solución SaaS. Los primeros módulos de esta solución ya están operativos en varios de los destinos de InterCruises.



LA RESPUESTA DE SAP

BUSINESS INTELLIGENCE, CONTROL Y ANÁLISIS PREDICTIVO DEL ÁREA FINANCIERA



El sector financiero tiene una importancia clave en la economía, en la medida en que se encarga de canalizar el ahorro hacia la inversión productiva mediante unos procesos que deben combinar seguridad, agilidad y eficiencia. Hasta tal punto es relevante su papel, que existe una relación directa entre el nivel de desarrollo del sector financiero en los países y el grado de progreso y bienestar de los ciudadanos, como se han encargado de poner de manifiesto algunos estudios.

La posibilidad de acceder al crédito permite poder materializar compras o realizar inversiones sin que los agentes económicos tengan que esperar a disponer de los recursos íntegros necesarios para llevarlas a cabo, lo que produce un efecto multiplicador y dinamizador de la actividad económica. No obstante, la actual situación económica, que ha supuesto en algunos casos la irrupción de ciertas barreras a las empresas a la hora de acceder a la financiación bancaria, pone de relieve, si cabe aún más, la necesidad de reforzar la gestión y el control financiero en el seno de las organizaciones.

SAP dispone de un conjunto de soluciones especializadas en la gestión del área financiera, muchas de las cuales forman parte de su plataforma de Business Intelligence, que permiten concentrar toda su capacidad analítica y predictiva sobre cualquiera de las funciones financieras dentro de las empresas: planificación, análisis de rentabilidad y costes, evaluación del cierre financiero o consolidación contable.

De hecho, la potencia de la plataforma de BI de SAP reside en proporcionar a las organizaciones una potente capacidad para identificar áreas de oportunidad para el negocio mediante el análisis de la información al alcance de la empresa, tanto en fuentes estructuradas como desestructuradas; la generación de cuadros de mando y aplicaciones que permitan realizar el seguimiento de los indicadores clave, y la posibilidad de reportar la información a los ejecutivos de la empresa de la forma más útil para tomar decisiones.

El primer nivel de entrada a las funciones de BI es un cuadro de mando soportado por una función de análisis y reporte detallados que es accesible desde plataformas móviles, lo que garantiza un acceso a la información desde cualquier lugar en el que se encuentre el directivo y en cualquier momento. "Dentro de la suite de análisis detallado, hay herramientas que permiten visualizar y controlar el flujo de presupuesto mediante hojas de cálculo complejas que están conectadas con bases de datos que permiten analizar el comportamiento de todas las áreas de la empresa", explica Horacio Mendoza, Experto de BI de SAP España.

También, desde el punto de vista del usuario final, la plataforma de BI de SAP ofrece informes modificables, presentados de una forma atractiva e intuitiva.

Una de las grandes ventajas de la plataforma BI de SAP radica en que puede funcionar perfectamente junto a otros sistemas de información de que disponga la empresa (ERP, EDW), sean o no de SAP, y aprovecharse de toda la fuerza y velocidad de procesamiento de SAP HANA en procesos que implican el cruce de información, el cálculo de la rentabilidad o de los ratios de capital circulante. Y todo ello de una forma instantánea.

Las analíticas de BI se adaptan a las necesidades y nivel de responsabilidad y competencia de cada profesional en la empresa, ya se trate de un alto ejecutivo o de un miembro del equipo de marketing o del departamento de operaciones. "Cada uno utiliza el dato con una profundidad distinta, en función de la tarea y misión que le haya sido encomendada, pero la auténtica ventaja de esta plataforma reside en que utiliza como punto de partida para realizar sus análisis el mismo dato; con esto conseguimos tener una única versión de la verdad, sin redundancias, errores y desajustes", asegura Mendoza.

SAP dispone de un conjunto de soluciones especializadas en la gestión del área financiera, muchas de las cuales forman parte de su plataforma de Business Intelligence

Las funcionalidades principales de la plataforma BI de SAP son su capacidad de análisis de la información relativa a las diferentes áreas de la empresa; su presentación a los usuarios con diferente nivel de detalle en función de sus necesidades, y la creación de cuadros de mando para poder realizar seguimientos sobre los indicadores y poder intervenir sobre ellos. En suma, permite descubrir tendencias, identificar disfunciones y áreas de mejora, y visualizar nuevos campos de interés para el negocio. "Este es un aspecto muy importante de cara a realizar mejoras productivas, que podrán tener en el futuro un impacto importante en la generación de ingresos", explica el especialista.



LA RESPUESTA DE SAP

LA NUEVA REALIDAD DEL CLIENTE BANCARIO

Algo está cambiando en la banca minorista, aquella a la que acuden los ciudadanos a depositar sus ahorros, gestionar sus pagos y buscar productos de inversión. Se trata de una transformación que coloca en el centro de su estrategia al usuario y que intenta incidir en su experiencia como cliente cuando entra en contacto con el banco.



“La auténtica diferencia entre entidades financieras no va a radicar tanto en aspectos como la rentabilidad, sino en la experiencia que cada una de ellas sea capaz de proporcionar al cliente. Este es el auténtico valor añadido que podrán ofrecer este tipo de negocios”, asegura Ernesto Schmitz, experto en innovación de SAP.

A su juicio, la posibilidad de enriquecer la experiencia de los usuarios de la banca pasa, en primer lugar, por la reconfiguración de los canales de interacción de la entidad financiera con el cliente, de tal forma que aquélla sea capaz de ofrecer el mayor número de servicios, bien sea de manera presencial, mediante sistemas online o plataformas de movilidad. “Se trata, en definitiva, de transformar el actual modelo basado en transacciones y operaciones, en otro en el que todo gire alrededor del cliente, y en el que éste sea quien elija la forma de relacionarse con su banco”, explica Schmitz.

En cualquier caso, esta transformación exige a las instituciones financieras asumir un importante reto tecnológico con el fin de multiplicar los puntos de interacción con los clientes y de una manera homogénea, con el fin de que la percepción acerca del nivel de servicios que reciben éstos de su banco sea idéntica con independencia de que el acceso se realice mediante un cajero automático, una sucursal o un terminal telefónico o de televisión. A este respecto, señala el experto de SAP que los procesos de interacción con los clientes dependen mucho de la disponibilidad y estado de la operativa tecnológica que soporta los procesos en los bancos. “En general, lo que detectamos es una insuficiencia tecnológica de los bancos para resolver muchas operativas que demandan los clientes, lo que casi siempre deriva en más complejidad y molestias para éstos”, asegura.



En la práctica, lo que se detecta es una extrema rigidez en el funcionamiento de los productos y servicios bancarios, y una falta de disponibilidad en tiempo real de la información relativa a estos productos que conciernen al cliente, lo que casi siempre implica que sea éste el que termine entrando en contacto con su entidad para advertir de la existencia de problemas relacionados con la operativa cotidiana.

Para Ernesto Schmitz, optimizar la experiencia del cliente significa poner en sus manos la información en la forma que desea consumirla. “El cliente no quiere que el reporte de información del banco sea excesivamente técnico, basado en conceptos que no entiende; lo que desea es saber simple y llanamente lo que ha gastado y recibir esta información del modo más sencillo y en el momento que decida”, subraya. >

“La auténtica diferencia entre entidades financieras no va a radicar tanto en aspectos como la rentabilidad, sino en la experiencia que cada una de ellas sea capaz de proporcionar al cliente”

“El cliente no quiere que el reporte de información del banco sea excesivamente técnico, basado en conceptos que no entiende; lo que desea es saber simple y llanamente lo que ha gastado y recibir esta información del modo más sencillo y en el momento que decida”



> Por tanto, si los bancos ponen el foco de su atención en el cliente, para facilitarle sus gestiones cotidianas y brindarle toda la información bajo un modelo multicanal, el resultado será la potenciación del vínculo que mantiene unido al usuario con su banco, lo que equivale a reforzar la confianza entre ambos.

Un modelo de gestión de la interacción multicanal consistente facilita a los bancos ejecutar estrategias para el lanzamiento de productos que encajen perfectamente con el perfil de cada usuario y en el momento óptimo. Desde el punto de vista tecnológico, esto es posible con soluciones de marketing de precisión combinadas con herramientas de geolocalización. De igual manera que la plataforma de datos SAP HANA, con su enorme potencia y velocidad de procesamiento, permite obtener en tiempo real datos relevantes del usuario sobre los que poder construir una relación basada en la atención personal y en la oferta de productos y servicios que puedan encajar con sus necesidades.

“La clave para la banca es crear productos personalizados para los clientes y no buscar clientes para los productos que la entidad tiene preconfigurados de antemano en su cartera”, sostiene Schmitz. Y el problema no reside tanto en la voluntad de innovar de los responsables de la banca, como de una tecnología obsoleta que genera unos procesos excesivamente rígidos.

El reto para la banca –asegura el experto– consiste en subirse al tren que pone al cliente en el centro de la estrategia de negocio y diseñar productos ajustados a sus auténticas necesidades. En relación con este aspecto, adquiere plena relevancia para las entidades bancarias el concepto *CustomerLifetimeValue* (CLV), que toma en consideración el valor de un cliente en la relación que mantiene con la compañía a lo largo del tiempo. Esta perspectiva implica conocer que, aunque el cliente puede utilizar temporalmente los servicios o productos de otra compañía, puede volver a utilizar los nuestros. Y de ella se deriva la necesidad de tener una visión a largo plazo para dispensar el mejor servicio al cliente y, por tanto, fomentar su fidelidad y vinculación con la entidad.

La plataforma SAP HANA, combinada con las soluciones HANA de alto rendimiento orientadas a la operativa del negocio bancario y a la gestión de clientes, facilitan la evolución hacia un modelo de negocio orientado al cliente. A partir de la información de que dispone un banco en relación con su esfera de negocio, y gracias a esta tecnología, éste podrá construir una base de conocimiento para diseñar y adaptar servicios/productos a las necesidades de sus clientes. Esto lleva a poder planificar e implementar estrategias de venta cruzada, o a identificar a los clientes que generan hoy más valor para la entidad, y pueden generar en un futuro aún más. Conocer el valor de los clientes durante su ciclo de vida (CLV), permite definir variables imprescindibles en una campaña de marketing, como son el coste límite de adquisición de un nuevo cliente (nunca superior a su valor de vida) o el coste límite de fidelización. Una buena estrategia de gestión de clientes es la brújula y el mapa que nos debe guiar por el camino. Sin embargo necesitamos además el equipamiento adecuado, la tecnología, para alcanzar rápidamente nuestro objetivo.



¿Técnicas de predicción poco efectivas?

Alguna vez se ha preguntado...

- ¿Qué pasaría si pudiese identificar las oportunidades de ingresos ocultas en su base de clientes?
- ¿Cómo mejoraría su negocio si pudiese retener a los mejores empleados o socios?
- ¿Cómo serían sus relaciones a largo plazo con los proveedores si manejase información inteligente sobre las tendencias de suministro?

Resuelva sus dudas con **SAP Predictive Analysis** y aproveche los grandes volúmenes de datos para aportar valor al negocio.

Síguenos en:



Solicite más información sin compromiso a informacion@seidor.es
(Indicando su nombre, apellido, cargo, empresa, e-mail y teléfono).

www.seidor.es



LA RESPUESTA DE SAP

Jorge Pérez, Governance, Risk & Compliance Solutions Sales. SAP Iberia

SAP AYUDA A LAS COMPAÑÍAS EN SU LUCHA CONTRA EL FRAUDE

SAP está ayudando a las empresas a renovar sus estrategias de gestión de fraude y, para ese fin, acaba de lanzar una nueva aplicación analítica llamada SAP Fraud Management que ofrece nuevas y poderosas herramientas para detectar, investigar y prevenir el fraude.

La solución SAP Fraud Management ayuda a detectar el fraude más rápido y a reducir las pérdidas financieras asociadas, mejorando la precisión de la detección, reduciendo los costes de investigación, y mejorando la capacidad para evitar situaciones de fraude mediante la prevención y la detección.

Si echamos una mirada a los 3,5 billones de dólares en fraude que se producen cada año en el mundo, nos daremos cuenta de que las organizaciones aún tienen retos muy importantes por delante. Aunque muchas compañías ya han trabajado para reducir sus riesgos y hacerlos más predecibles, muchas de ellas tienen una falsa sensación de seguridad sobre su capacidad real de anticipar y gestionar un número cada vez mayor de peligros serios y reales.

Una organización media tiene un riesgo de pérdidas por fraude de un 5% de sus ingresos anuales. Adicionalmente, los costes de seguros fraudulentos y sus costes asociados están en sus máximos históricos, con compañías de seguros afrontando fraude por más de 40.000 millones de dólares anuales, mientras que la Asociación Británica del seguro cita el fraude de más de 900 millones de libras anuales.

La pérdida de ingresos es una consecuencia clara de una inadecuada valoración de los riesgos, consecuencia a su vez de metodologías ineficaces y fragmentadas e infraestructuras basadas en complejas hojas de cálculo y bases de datos departamentales que no consiguen imbricar la filosofía del control y de gestión del riesgo en el negocio, lo que no está permitiendo a las organizaciones detectar el fraude de forma proactiva o predecir con éxito eventos de riesgo no esperados. Esta cuestión se está agravando aún más por el espectacular incremento de los volúmenes de datos que es necesario manejar. Lo que hace cada vez más necesaria la disponibilidad de nuevas herramientas y tecnología para detectar el fraude adecuadamente.

Con el fin de renovar las estrategias de gestión del fraude, las organizaciones deberían empezar por responder a las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son los improbables pero devastadores riesgos de fraude que deberían merecer la atención de su organización?
- ¿Quiénes son los usuarios de alto riesgo de su organización?





***La solución SAP
Fraud Management ayuda
a detectar el fraude más rápido
y a reducir las pérdidas financieras
asociadas, mejorando la precisión
de la detección, reduciendo
los costes de investigación, y
mejorando la capacidad para evitar
situaciones de fraude mediante
la prevención y la detección***

- > • ¿Qué están haciendo para evitar riesgos, y cómo se puede mejorar los procesos?

La solución *SAP Fraud Management* ayuda a detectar el fraude más rápido y a reducir las pérdidas financieras asociadas, mejorando la precisión de la detección, reduciendo los costes de investigación, y mejorando la capacidad para evitar situaciones de fraude mediante la prevención y la detección.

La mayor parte de las organizaciones tienen los mismos problemas en relación con la gestión del fraude:

- Pérdidas de ingresos significativas por fraude.
- Altos costes y esfuerzos en la investigación del fraude con demasiados falsos positivos en sus investigaciones.
- Insuficiente velocidad en la identificación y prevención del fraude antes de que se materialicen las pérdidas.
- Dificultades para identificar y seguir conductas fraudulentas siempre cambiantes.
- Capacidades de detección obsoletas o inadecuadas con respecto a nuevos patrones de fraude.

SAP Fraud Management sobre HANA ofrece toda una serie de herramientas y funcionalidades:

- Captura, busca y analiza datos de múltiples fuentes.
- Detección en tiempo real para identificar y detener el fraude lo antes posible, aprovechando la potencia de SAP HANA.
- Integración con los procesos de negocio para detener operaciones en sistemas ERP.
- Gestión y notificación de alertas integrada con SAP GRC Process Control.
- Determinación de estrategias de detección basadas en criterios con granularidad muy fina.
- Calibración en tiempo real para análisis de escenarios what-if en información histórica y factores de ponderación, con umbrales para reducir los casos de falsos positivos.
- Análisis de rendimientos sobre las configuraciones de detección.
- Reglas de negocio optimizadas para análisis interno de escenarios de fraude en SAP ERP.
- Análisis de patrones sobre históricos mediante el uso de SAP Predictive Analysis.
- Monitorización y seguimiento de la calidad de las investigaciones.

- Impacto negativo del fraude en la productividad de las transacciones de negocio.

Frente a estos retos SAP Fraud Management es una plataforma flexible que per-

mite dar soporte a múltiples escenarios de fraude (ej.: partes de seguro falsos, anti-corrupción, fraude en la cadena logística...) consiguiendo una reducción significativa de las pérdidas financieras relacionadas con el



fraude, incrementando la seguridad de las transacciones en los procesos de negocio claves, reduciendo la carga de trabajo de los equipos de gestión de fraude (menos falsos positivos), y todo ello con independencia de equipos de IT expertos o analistas especializados. En resumen reduce drásticamente el riesgo de fraude en el corto, medio y largo plazo.

SAP Fraud Management es ideal para industrias con grandes volúmenes de transacciones (seguros, retail, utilities,...) y/o aquellas expuestas a la corrupción (Sector Público). Igualmente indicado para líneas de negocio dentro de las organizaciones más expuestas al fraude interno (ventas, compras,...).

SAP Fraud Management es la única plataforma de gestión de fraude que proporciona capacidades para el proceso de grandes volúmenes de datos y de detección en tiempo real, mediante la utilización de SAP HANA. Adicionalmente es la única plataforma capaz de ofrecer una solución empresarial integral para la protección con-

tra el fraude mediante su integración con SAP GRC, consiguiendo una plataforma unificada capaz de dar soporte a múltiples escenarios de gestión de fraude, con potentes capacidades de simulación y calibración para la reducción de falsos positivos y la posibilidad de combinar con SAP Predictive Analysis para una mejor prevención del fraude.

La pérdida de ingresos es una consecuencia clara de una inadecuada valoración de los riesgos



Soluciones SAP para los nuevos requisitos legales nacionales y europeos

En ConVista ofrecemos soluciones adaptadas a los retos de nuestros clientes para las siguientes normativas y requisitos legales:

- **SEPA**
Zona única de pagos en Euros
- **Circular 4/2012 del Banco de España**
Comunicación por los residentes en España de las transacciones económicas y los saldos de activos y pasivos financieros con el exterior
- **EMIR**
Nueva regulación con el objetivo de aumentar la transparencia y reducir los riesgos en los mercados de derivados OTC
- **Solvencia II**
Marco regulatorio a nivel europeo para compañías de seguros

ConVista

www.ConVista.com



Info@ConVista.es
93 445 90 50

SAP HANA, ACELERADOR DE LOS PROCESOS DE NEGOCIO

La plataforma de datos proporciona a las empresas grandes ventajas tecnológicas y abre oportunidades de negocio hasta ahora inexploradas en el sector financiero.

La plataforma de datos SAP HANA, con su naturaleza In-memory como una de sus principales características, y su capacidad para ser instalada tanto en la ubicación del cliente como en la nube, constituye toda una revolución en la gestión de la información, que permite efectuar análisis de datos y desarrollar e implementar aplicaciones en tiempo real. Estos atributos hacen de SAP HANA una plataforma radicalmente distinta de cualquier otro motor de bases de datos que exista actualmente en el mercado. Por una parte constituye un potente acelerador de los procesos básicos en cualquier organización, y por otro es un complemento indispensable para las aplicaciones de planificación, optimización, detección y respuesta. Además, gracias a su extraordinaria capacidad de procesamiento en tiempo real, es capaz de realizar análisis predictivos

y de texto sobre grandes cantidades de datos, todo ello de una forma instantánea, y de generar informes operativos para la toma de decisiones.

Su estructura híbrida para procesar cargas de trabajo transaccionales y analíticas enteramente en memoria, le permite no tener que dedicar tiempo a cargar los datos desde la base de datos transaccional a la base de datos de generación de informes, ni siquiera crear estructuras de ajuste tradicionales para que tenga lugar esta función. Por tanto, puede generar informes sobre las transacciones mientras éstas se están desarrollando, lo que redundará en un coste total de propiedad increíblemente menor y en una velocidad de operación vertiginosa.

Además, SAP HANA trae al escenario tecnológico un nuevo paradigma de programación de aplicaciones compatible con aplicaciones "extremas". Por el hecho de estar siempre en memoria, los cálculos complejos y las funciones adicionales, así como las operaciones que requieren un uso intensivo de información, se pueden desarrollar sobre los datos directamente, sin necesidad de movimientos lentos y costosos entre la base de datos y las aplicaciones.



Esta característica aporta una increíble simplificación y optimización de la capa de datos, y se convierte en el atributo o rasgo definitivo de SAP HANA, al suprimir diversas capas de tecnología y ahorrar en gran medida el trabajo humano. Todo ello redundando en un aumento extraordinario de la velocidad de procesamiento. Otra ventaja que no hay que perder de vista es la reducción del coste total de propiedad que se deriva de toda la solución.

SAP HANA acelera los procesos clave del negocio de la empresa con su tecnología In-Memory, e impacta de forma directa en el valor del negocio en todas las áreas funcionales de una organización. En el caso del sector financiero, su impacto es decisivo en las áreas de Marketing, Ventas y Servicios, al permitir una gestión optimizada de ofertas en la esfera de los clientes.

Hay que tener en cuenta que lo que hoy espera el cliente de cualquier empresa proveedora de productos o servicios, como puede ser la banca, es una experiencia de compra excelente, lo que implica para las organizaciones procesar y analizar en tiempo real una cantidad prácticamente ilimitada de datos históricos sobre ventas y datos de clientes de diversas categorías, >

SAP HANA acelera los procesos clave del negocio de la empresa con su tecnología In-Memory, e impacta de forma directa en el valor del negocio en todas las áreas funcionales de una organización



> con el fin de poder realizar recomendaciones inteligentes y a la medida.

En la mayoría de los casos, estos datos sobre ventas, clientes y facturación forman inmensos volúmenes y proceden de distintas fuentes, y es necesario poder acceder a ellos en tiempo real para que puedan resultar útiles en el proceso de ventas. Los datos específicos de clientes, como la determinación de precios y el cálculo de márgenes, deben procesarse a tiempo y estar muy automatizados para poder recomendar la mejor oferta a los clientes finales y a los agentes de ventas de una forma intuitiva.

SAP HANA permite, por tanto, aumentar la satisfacción de los clientes, facilitando su fidelización, y aporta una ventaja competitiva gracias a la mejora de la experiencia de venta, lo que influye a su vez en una mejora del índice de conversión de los presupuestos en ventas.

SAP HANA potencia también otra serie de escenarios empresariales relacionados

con la esfera financiera, ya se trate de empresas relacionadas con el sector bancario o adscritas a cualquier otro campo de actividad. Uno de ellos, donde el volumen de transacciones y la velocidad de procesamiento son clave para proporcionar ahorros de tiempo, es el de la gestión del rendimiento financiero. SAP HANA permite planificar, supervisar y controlar el modelo empresarial; las operaciones realizadas; los productos y servicios que se ofrecen y los mercados a los que se sirve, todo ello con el fin de aumentar la eficiencia, reducir los costes operativos e incrementar el nivel de satisfacción de los grupos de interés.

Asimismo, la incidencia de SAP HANA es completa a la hora de facilitar y acelerar las tareas relacionadas con el cierre financiero, que implica la formulación de la información contable y su presentación a los grupos de interés internos y externos. Suele tratarse de procesos que implican a un gran



número de sistemas y personas, y con un importante componente regulatorio y de control. Por lo general, en ausencia de tecnologías como SAP HANA, los procesos de cierre financiero exigen una gran cantidad de recursos y no están exentos de errores que redundan en problemas de tipo legal y merman la imagen de profesionalidad de las empresas.

SAP HANA ofrece un único depósito para los datos corporativos, lo que implica menos conciliaciones y menos procesos de copia, y proporciona la consolidación en tiempo real en una sola plataforma.

Otras aplicaciones en las que SAP HANA puede funcionar como un potente motor de procesamiento y análisis son las relacionadas con el cálculo de la rentabilidad de los productos o servicios que proporciona la organización, y la generación de informes operativos en tiempo real sobre esta vertiente u otras áreas funcionales de la empresa para tomar decisiones de una forma más ponderada y rigurosa. También su contribución es decisiva en lo que se refiere a la gestión de pagos y cobros, con el fin de optimizar el flujo del capital circulante y posibilitar la inversión y el crecimiento.

En el caso del sector financiero, su impacto es decisivo en las áreas de Marketing, Ventas y Servicios, al permitir una gestión optimizada de ofertas en la esfera de los clientes

En suma, se trata de una plataforma de datos que aporta una extraordinaria capacidad de procesamiento en tiempo real y dota de una enorme potencia a las aplicaciones que funcionan de forma integrada con ella. Asimismo, proporciona a las empresas grandes ventajas tecnológicas y abre oportunidades de negocio hasta ahora inexploradas para las empresas.

Avanzamos contigo

En Single Consulting estamos convencidos de que los cambios son necesarios para crecer. La clave del éxito radica en elegir al mejor compañero de viaje, con la capacidad y el compromiso necesarios para ayudarte a alcanzar tus objetivos. Por este motivo, nuestros clientes nos siguen eligiendo para acompañarles en sus iniciativas en Europa y Latinoamérica.

Apostamos por el desarrollo continuo de soluciones innovadoras y trabajamos como un solo equipo junto a nuestros clientes. Creemos en el esfuerzo, la motivación, el compromiso y la pasión por la excelencia. Estos son algunos de los valores que nos hacen únicos y nos posicionan como referente de calidad en servicios de consultoría de negocio. **Seguimos avanzando juntos, gracias a tu confianza.**

Madrid | Barcelona | México DF | Lima | Bogotá

www.singleconsulting.com

SOLUCIONES PARA GESTIONAR EL RIESGO DE LIQUIDEZ DE LOS BANCOS

La nueva base de datos de SAP constituye el motor más potente del mercado para gestionar en tiempo real el Big Data y poder diseñar así estrategias óptimas en la esfera de los clientes.

En un mercado financiero altamente regulado, sometido a una gran volatilidad y con problemas sobrevenidos de liquidez, la tecnología puede contribuir de un modo eficaz a que los bancos reduzcan sus riesgos y facilitar el cumplimiento de sus obligaciones financieras. La posibilidad de procesar en tiempo real grandes cantidades

de datos relativas al flujo de efectivo y de monitorizar los principales ratios de liquidez, podría aportar a las entidades financieras una enorme ventaja a la hora de fundamentar sus decisiones.

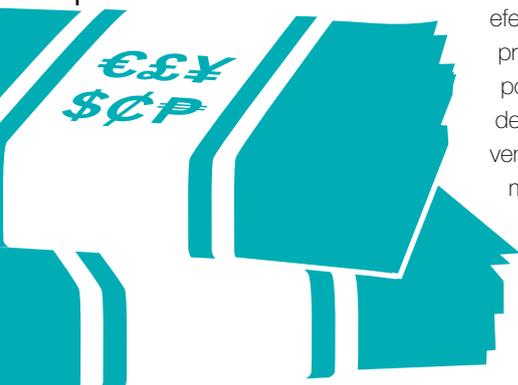
La crisis financiera desatada a partir de 2008 en los países occidentales ha traído a los mercados una mayor

volatilidad y una ampliación de los diferenciales de crédito, situaciones de las que se ha derivado menores tasas de liquidez en el mercado financiero y una mayor presión sobre los bancos. Paralelamente, como modo de fortalecer al sector frente a nuevas crisis financieras, han sido aprobadas nuevas normas que exigen reforzar la liquidez mediante el cumplimiento de unos ratios de riesgo más estrictos y el sometimiento de los bancos a complejos escenarios de estrés.

Efectivamente, una de las consecuencias de la crisis financiera que todavía perdura en buena parte de los países del hemisferio norte, ha sido la aprobación de una serie de iniciativas promovidas por el Foro de Estabilidad Financiera y el G-20 y conocidas por el nombre de Basilea III, que persiguen fortalecer las posiciones de capital de los bancos para soportar hipotéticas crisis de liquidez (tanto sistémicas como específicas para cada entidad).

En concreto, Basilea III ha definido para el sector dos nuevos ratios, ya contemplados por las soluciones de SAP. Se trata del LCR (Ratio de Cobertura de Liquidez) y NSFR (Ratio de Financiación Estable Neta).

Pues bien, para garantizar el cumplimiento de esta normativa y estar en disposición de planear estrategias frente a la volatilidad del mercado, los bancos deberían ser capaces de agregar inmediatamente grandes cantidades de datos relativos al flujo de caja y analizarlos con un elevado nivel de detalle.





La aplicación SAP LiquidityRisk Management, potenciada por la plataforma SAP HANA, ha hecho posible que cualquier banco pueda supervisar y gestionar su liquidez en tiempo real y obtener informes relativos a grandes volúmenes de transacciones de tesorería

Hasta la fecha, éste ha sido un proceso difícil y costoso, por las limitaciones de la tecnología, pero la irrupción de la aplicación SAP LiquidityRisk Management, potenciada por la plataforma SAP HANA, ha hecho posible que cualquier banco pueda supervisar y gestionar su liquidez en tiempo real y obtener informes relativos a grandes volúmenes de transacciones de tesorería.

“Su tecnología in-memory, permite llevar a cabo análisis de grandes volúmenes de datos no agregados y a una velocidad sin precedentes”, explica Markus Mannl, experto en soluciones de

banca de SAP, quien subraya que la eliminación de la necesidad de agregar los datos, reduce la latencia, la complejidad y el coste asociado al proceso de la información. De esta manera, la solución SAP LiquidityRisk Management pone en manos de los bancos una potente herramienta para administrar su exposición al riesgo, al tiempo que ejecutar simulaciones en diferentes escenarios de mercado, prever su impacto en el flujo de caja, e identificar medidas de corrección al instante.

Asimismo, la solución proporciona un acceso instantáneo a los datos, con independencia de que procedan de sistemas de SAP o de terceros y su procesamiento intradía, lo que aporta una visión en tiempo real de las posiciones de liquidez y evita la necesidad de realizar trabajos por lotes durante la noche o los fines de semana.

Al proporcionar una visibilidad en tiempo real del flujo de dinero en efectivo, la aplicación ayuda a identificar rápidamente brechas de liquidez, quedando reducido el riesgo de no cumplir con los compromisos financieros y evitándose costes de financiación. También, como se ha dicho, ayuda a cumplir con los requerimientos de Basilea III para el cálculo de los ratios de cobertura de liquidez y reducir los costes derivados de su cumplimiento. Adicionalmente, las herramientas de esta solución posibilitan establecer límites en los ratios y mostrar alertas en el caso de que aquellos sean superados.

Otra de las funcionalidades de la solución consiste en ejecutar pruebas de resistencia predefinidas y aplicar factores de >



La estrategia SAP en este ámbito consiste en unificar la gestión financiera y la gestión de riesgos para Bancos en una única plataforma integrada, con el objetivo de reducir la complejidad y los costes de gestión

> estrés avanzados (quitas, tasas de cancelación de activos y recalificaciones de deuda). De esta manera es posible analizar el impacto de los diferentes escenarios de mercado en la posición de liquidez del banco y reducir el riesgo a los mismos.

En relación con esta prestación del sistema, es posible también combinar distintos escenarios del mercado en un mismo gráfico para comprobar cómo los flujos de efectivo y el riesgo de liquidez se comportan en función de uno u otro escenario. Además, una interfaz de usuario intuitiva simplifica el análisis y permite la comparación de los escenarios y la personalización de la banda de vencimientos.

La solución permite identificar inmediatamente las medidas que deban adoptarse para mejorar la liquidez de la entidad y reducir los riesgos asociados a las fluctuaciones de tesorería. En suma, afirma Markus Mannl, "comprender los efectos que las diversas transacciones de un banco pueden tener en su ratio de liquidez, puede ayudar a estas entidades a mejorar su gestión y a aumentar su capacidad de resistencia frente a las perturbaciones del mercado".

Apunta además este especialista que la integración de SAP Liquidity Risk Management con la aplicación SAP StreamWork ofrece un marco de colaboración dentro de estas organizaciones con el fin de que los datos estén siempre a disposición de todos aquellos directivos que se encargan de tomar las decisiones".

En suma, la estrategia SAP en este ámbito consiste en unificar la gestión financiera y la gestión de riesgos para Bancos en una única plataforma integrada, con el objetivo de reducir la complejidad y los costes de gestión. Como parte de esta plataforma integrada, SAP LRM representa el módulo para la gestión del riesgo de liquidez, los cálculos y el reporting de Basilea III. Otros módulos que forman parte de esta estrategia son SAP Enterprise Risk Reporting, SAP Fraud Management, SAP Credit Risk Portfolio Management o SAP Basilea II.

¿MONTAS PIEZAS O CONDUCES?



Implementación
Mantenimiento del Software
Instalación **Soporte**
LICENCIAS
Oficina Técnica Formación
Definición de Arquitectura
Gestión del cambio



REALTECH

**LA SOLUCIÓN COMPLETA
AHORA TAMBIÉN CON LAS
LICENCIAS SAP**



Ahora, con la gestión de **licencias SAP**, REALTECH te ofrece una **solución completa** de gestión empresarial que optimizará tus procesos de negocio en torno a los productos y servicios de SAP
CONDUCE TU NEGOCIO. DÉJANOS EL RESTO

Infórmate ahora en:
customer-spain@realtech.es · 91 556 00 13



Victor Agramunt, BI & SAP HANA Solutions Manager en Seidor.

SAP + PREDICTIVE ANALYSIS: 1 + 1 = 4

¿Cuál es la diferencia entre analizar el pasado y poder analizar el futuro? Sólo imaginen que antes de la ida de las semifinales de la Champions League, en lugar de analizar las grabaciones de los últimos partidos del Bayern y el Borussia, el Barcelona y el Real Madrid, pudieran haber analizado el video de lo que iba a suceder en sendos partidos. Con toda seguridad, la estrategia desplegada y las decisiones hubieran sido muy diferentes a las que tomaron en su día.

Este ejemplo, bien podría servirnos para realizar una comparación entre analizar el pasado con el Business Intelligence clásico y analizar el futuro con SAP Predictive Analysis.

A fecha de hoy, varios clientes en diferentes sectores se están beneficiando ya del valor que les aporta el abanico de nuevas posibilidades de análisis de datos y predicción estadística que les brinda la utilización de SAP Predictive Analysis.

Predicción del impacto de campañas de marketing o cambios de precios, mejorar el índice de eficiencia de las líneas de producción, anticipar los porcentajes de devolución para ajustar las cantidades suministradas a priori, asociación de productos en cestas de compra, generación de pronósticos de venta precisos, análisis de asociación de incidencias en las líneas de producción, creación de segmentaciones y agrupaciones de clientes, previsión de bajas, anticipar el posicionamiento de una tienda, pronosticar la evolución de precios de las materias primas o evaluar si las redes sociales impactan en las ventas de nuestras marcas y productos son sólo algunos de los ejemplos de lo que se puede llegar a conseguir con SAP Predictive Analysis.

La utilización de la funcionalidad de SAP Predictive Analysis en la resolución de todos estos casos anteriormente mencionados, nos permitirá obtener directamente un impacto positivo en los resultados finales de nuestro negocio.

Pero, ¿cómo podemos dar respuesta a las aplicaciones anteriormente mencionadas? SAP Predictive Analysis es la respuesta.

Hasta la fecha hemos presenciado el apogeo de las herramientas de BI "clásicas", reporting operativo de alta calidad, análisis ad-hoc self-service, cuadros de mando, alertas, ... todo ello nos permitía analizar que había estado ocurriendo en nuestro negocio o en el mejor de los casos que estaba ocurriendo en estos momentos. Citando un artículo sobre el tema, las soluciones clásicas son como insectos en nuestro parbrisas, vemos que ocurre pero ya no podemos hacer nada para evitar el impacto.

A fecha de hoy, varios clientes en diferentes sectores se están beneficiando ya del valor que les aporta el abanico de nuevas posibilidades de análisis de datos y predicción estadística que les brinda la utilización de SAP Predictive Analysis

Con SAP Predictive Analysis, vamos mucho más allá, ya no sólo podemos ver que ha ocurrido o que está ocurriendo, podemos saber el porqué de lo acontecido y lo que es posible que ocurra en el futuro. Siguiendo el artículo anteriormente citado, con SAP Predictive Analysis nos podemos permitir el lujo de ver lo que hay a la vuelta de la esquina antes de doblarla; podemos permitirnos el lujo de actuar proactivamente en lugar de hacerlo reactivamente y evitar de este modo el estrés que supone intentar corregir las tendencias o situaciones a contra reloj.

Ahora, ¿cómo conseguimos que 1 + 1 sumen 4?, ¿cómo conseguimos que la unión entre SAP y la Predicción Estadística o Analítica sean mucho más que el resultado de una simple suma?

A la facilidad de uso y a la potencia de análisis gráfico visual de la información de SAP Visual Intelligence le podemos añadir ahora, gracias a SAP Predictive Analysis, el tratamiento estadístico de los datos analizados incluyendo pronósticos, tendencias, análisis de asociación, creación de clústeres o asociaciones, árboles de decisión, identificación de outliers, ... El resultado de dichos análisis está disponible inmediatamente para ser de nuevo analizado con SAP Visual Intelligence.

SAP HANA recientemente reconocida como la primera innovación real de SAP desde su creación, dispone de una librería de funciones de predicción esta-

dística incrustada en la lógica de cálculo de la base de datos. Dicha incrustación permite por un lado que los juegos de datos que se toman en cuenta para la ejecución de las predicciones sean realmente extensos y por otro beneficiarse de toda la potencia de cálculo en memoria de SAP HANA. Es bien sabido por todos que como mayor es el muestreo, mayor es la precisión del pronóstico realizado, hasta la fecha el tamaño de datos a tener en cuenta para el estudio predictivo era un hándicap que SAP HANA se ha encargado de eliminar de la ecuación.

Por si lo acumulado hasta el momento fuera poco; R, el más ampliamente utilizado lenguaje de programación y gráfico de la comunidad estadística, se puede in-

tegrar sin esfuerzo alguno a los algoritmos de predicción de SAP Predictive Analysis disponibles ya por defecto.

Por último pero no menos importante: SAP Predictive Analysis permite por un lado obtener información a través de la capa de negocio de la plataforma de BI de SAP BusinessObjects, los, por todos conocidos, universos; por otro lado los análisis y juegos de datos generados con SAP Predictive Analysis se pueden publicar en la plataforma de BI para ser explotados a través de SAP BusinessObjects Explorer.

En resumen, por primera vez, los usuarios de negocio tienen a disposición en su escritorio una herramienta de predicción estadística y analítica que les permite no sólo minimizar el riesgo al tomar una

decisión como hacían las soluciones de BI clásico; sino anticiparse además a las situaciones críticas focalizando los esfuerzos donde es necesario y consiguiendo esta vez sí una ventaja competitiva como la que conseguiría el equipo que pudiera visualizar el video de la hipotética final de la Champions League.

Con SAP Predictive Analysis nos podemos permitir el lujo de ver lo que hay a la vuelta de la esquina antes de doblarla



Yago Pérez Docampo. Gerente Soluciones ERP de Tecnocom

EXPERIENCIA CON SAP BUSINESS PLANNING Y CONSOLIDATION 10.0

En un entorno cada vez más regulado, complejo y cambiante, los procesos de planificación, consolidación y reporting financiero son clave para cualquier corporación o compañía. Nuestros últimos estudios indican que algunas compañías tienen dificultades en la ejecución de su negocio por no haber implementado un proceso de planificación consistente.

Según un informe de Gartner de 2012, los CFOs cada vez son más conscientes de la necesidad de mejorar sus herramientas analíticas. Asimismo los proyectos de implantación de los componentes de planificación, presupuestación y forecasting serán una prioridad en 2013.

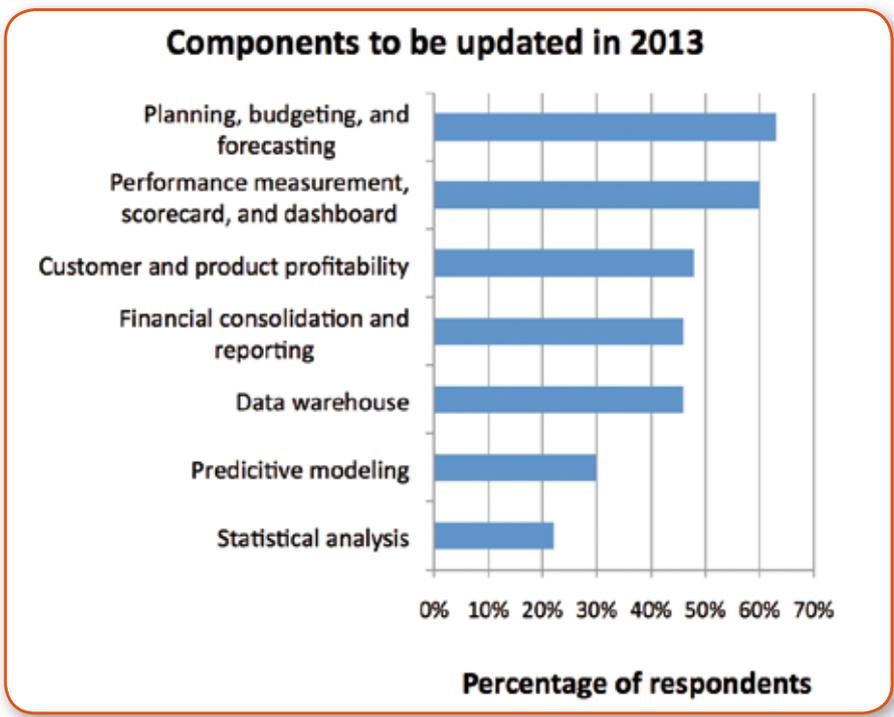
Las soluciones de planificación y consolidación de SAP no son algo nuevo, han pasado ya más de 10 años desde que SAP lanzó su porfolio de soluciones SEM (Strategic Enterprise Management), que incluía soluciones para la gestión de la estrategia, cuadros de mando, la planificación

y la consolidación. Por otro lado Tecnocom, en el área de consolidación, desde el año 2001, había realizado sus primeras implantaciones dentro del ERP con los módulos con FI-LC (Legal consolidation) y su sucesora EC-CS (Enterprise Controlling Consolidation). Posteriormente empezaron a extenderse en los clientes los sistemas de Business Warehouse y las soluciones SAP SEM que se instalaban como un add on del BW. Tecnocom también llevó a cabo diversas implantaciones con SEM-BCS (Business Consolidation), solución sucesora de EC-CS para consolidación, y en el

área de planificación SEM-BPC (Business Planning and Simulation) y BW-IP (Integrated Planning).

Nuestros clientes mostraron cierta insatisfacción con la consolidación legal y de gestión sobre el ERP de SAP, la consideraban compleja, poco amigable y extremadamente dependiente de los consultores especialistas en relación a los cierres mensuales. Por otro lado, el mercado español percibía las soluciones SEM como rígidas y poco atractivas mientras que Hyperion continuaba claramente siendo el líder de las soluciones Corporate Performance Management. Los clientes a pesar de ser fieles a SAP en el ERP, utilizaban soluciones de otros fabricantes en las áreas de planificación y consolidación

En los últimos años SAP ha realizado un potente proceso de transformación de las soluciones de gestión del rendimiento empresarial (Enterprise Performance Management). En 2007 SAP lanza una nueva organización focalizada en los usuarios de negocio, mientras que las anteriores soluciones SEM requerían una fuerte intervención de los departamentos de IT y los usuarios de negocio intervenían únicamente como usuarios finales. SAP adquiere entre otras soluciones, "outlooksoft" una herramienta unificada para planificación y consolidación cuyos fundadores procedían de Hyperion, y crean SAP BPC, la cual tras haber pasado por varias versiones se convierte en 2012 en la última y definitiva SAP Business Objects Business Planning and Consolidation



Versión 10.0 For SAP NetWeaver. Con este nuevo enfoque, centrándose en el usuario de negocio, SAP se ha convertido en 2013 en el nuevo líder mundial del EPM, con un portafolio de soluciones completas y dirigidas a optimizar la ejecución del negocio y el control de la rentabilidad, incluyendo las siguientes áreas:

- Gestión de la estrategia
- Consolidación financiera
- Presupuestación y Forecasting
- Análisis de costes y rentabilidades
- Reporting financiero y analítico
- Cumplimiento normativo y presentación de estados financieros

SAP BPC 10.0 es una solución para presupuestación, forecasting, consolidación legal y de gestión en un entorno único y propiedad de los usuarios de negocio. La versión 10.0 NetWeaver de BPC ha supuesto el salto definitivo a una solución única, robusta y completamente integrada en SAP Netweaver, ERP y otras aplicaciones analíticas, también disponible sobre SAP HANA.

La solución aporta beneficios diferenciales tales como:

- Reducción de los costes de propiedad y unificación en un mismo entorno de las funciones de planificación, consolidación y reporting financiero.
- Reducción de los ciclos de presupuestación, forecasting y cierre mensual
- Planificación más ágil, automática, precisa y efectiva, basada en modelos y "Drivers"
- Seguridad, integridad y fiabilidad de los resultados y del reporting financiero.
- Autonomía del usuario de negocio con mínima dependencia de IT
- Nuevos interfaces EPM 10.0 web y office amigables que permiten la rápida adopción de plantillas e informes y mejoran la productividad.

Tecnocom mantiene un compromiso con la innovación, a través de la mejora continua para alcanzar la máxima calidad desde criterios de rentabilidad y eficiencia,



En los últimos años SAP ha realizado un potente proceso de transformación de las soluciones de gestión del rendimiento empresarial

esta filosofía es la que promueve a la compañía a incorporar continuamente nuevas soluciones SAP en su oferta. En el área de planificación y consolidación, ha conseguido dar respuesta a sus clientes recurrentes y posicionar otros nuevos en la solución SAP BPC. Se ha producido un cambio de tendencia desde hace tres años con respecto al 2004, no sólo muchos clientes del ERP de SAP deciden implantar SAP BPC, sino que muchos otros deciden abordar una implantación en modo "Stand alone" y cada vez se producen más casos de sustitución de otras herramientas por SAP BPC.

En la actualidad existen múltiples referencias globales de SAP BPC, en España la solución está implantada en gran parte de las compañías del IBEX 35. Tecnocom cuenta con numerosas referencias en España, Perú y Ecuador.

El éxito de SAP BPC se basa en que a diferencia de otras soluciones SAP precedentes, ésta es una solución sencilla, orientada a los usuarios de negocio y rápida de implementar, y donde Tecnocom puede demostrar experiencias de implan-

taciones completas en aproximadamente cuatro meses. Y que mejor prueba del rendimiento de la solución que la propia referencia de Tecnocom en la utilización de BPC para la presupuestación corporativa y forecasting.

Elegir Tecnocom como implantador es contar con:

- Un equipo sólido y con capacidades en ambas funciones del producto, planificación y consolidación. La mayor parte de nuestros consultores están certificados en la versión 10.0.
- La mayoría de los consultores funcionales de BPC han iniciado sus carreras profesionales en la base de soluciones financieras del ERP de SAP (FI/CO). Esta visión completa les capacita para definir los modelos de BPC con rigor y con conocimiento de los procesos de integración en el ERP.
- Experiencia en general en implantación de soluciones de planificación y consolidación desde el año 2003.
- Compromiso con el plazo y la calidad. Tecnocom cuenta con la Certificación como partner AQM de SAP "Active Quality Management"

En el primer trimestre de este año, Tecnocom consiguió cuatro nuevas referencias de SAP BPC, una de ellas en Perú, lo que ha permitido un importante impulso en el despliegue de operaciones SAP en este país. Recientemente Tecnocom ha participado con profesores propios y en colaboración con SAP España y la escuela de negocios de Novagalicia Banco, en el primer master SAP especializado en SAP BPC.

INTELIGENCIA SOCIAL: APLICACIÓN DE TECNOLOGÍAS BIG DATA EN SOCIAL MEDIA

Ya nadie parece cuestionar que el Social Media se ha convertido en un elemento transformador de los hábitos de compra y comportamiento en general de los consumidores. La comparación de precios online, las recomendaciones en redes sociales, las *reviews* de productos en blogs o las ofertas y promociones en los perfiles de las propias marcas han adquirido una relevancia fundamental en el proceso de decisión de compra.

Lo que al principio supuso un reto para las compañías en cuanto a la necesidad de adaptación y revisión de sus estrategias comerciales, es hoy una realidad ineludible. Pero como sucede con cualquier reto, este nuevo escenario también representa una oportunidad: nunca antes había estado disponible, y de manera pública, tal cantidad de datos relevantes. Sin embargo, en muchas ocasiones, las propias compañías no están aprovechando las posibilidades de análisis que ofrece esta información.

Si preguntáramos a las empresas españolas qué están haciendo con la información de las redes sociales y los medios digitales, la mayoría contestaría algo relacionado con el seguimiento de marca para monitorizar la reputación online o la gestión de la atención al cliente en Twitter y Facebook. La realidad es que gran parte de los proyectos de escucha en Social Media están basados en la detección de menciones de marca, a partir de *keywords* estáticas, de las que se obtienen, por ejemplo: nubes de *tags* de las palabras asociadas más repetidas, mediciones sobre el número de veces que se ha compartido un enlace o "retuiteado" un *tweet*, usuarios o medios influyentes, etc. Utilizando la información de esta manera, sin almacenarla ni estructurarla, se está perdiendo la ocasión de analizar

dimensiones tan importantes como: cuánto y cómo interactúan nuestros clientes; qué lenguaje utilizan al referirse a nuestro sector, producto o marca; con qué otros productos o marcas nos comparan; qué dudas o servicios solicitan con más frecuencia; etc.

¿De qué forma, entonces, nos podemos beneficiar de la información en los medios sociales? La respuesta es lo que denominamos Inteligencia Social, un modelo analítico basado en tres principios: la extracción de información sin limitarla a las *keywords* de marca o producto, para obtener una visión macro; un proceso de análisis semántico automatizado para detectar sentimiento y extraer conceptos; un modelado de información orientada a KPIs de negocio para categorizar los textos, y una capa de visualización con perfiles diferenciados en función de las necesidades de distintos usuarios de negocio. Para ello es necesario un cambio de enfoque: como el resto de la analítica de negocio, la Inteligencia Social también debe de integrarse en el marco del *business* o *customer intelligence* con el fin de gestionar este conocimiento de una forma transversal para que pueda ser utilizado por todas las áreas de la compañía. Basta con pensar en aplicaciones para identificar divisiones de negocio que podrían sacar partido de ella: Recursos

Humanos para desintermediar procesos de selección o identificar candidatos pasivos; Atención al Cliente para conocer cuáles son las incidencias más frecuentes; responsables de Producto para descubrir qué esperan realmente los clientes; Financiero para prevenir el fraude; etc.

Las capacidades que ofrecen las nuevas tecnologías para el análisis masivo de datos desestructurados, junto a la comoditización de infraestructuras en la nube,

Las capacidades que ofrecen las nuevas tecnologías para el análisis masivo de datos desestructurados, junto a la comoditización de infraestructuras en la nube, están permitiendo hacer realidad las iniciativas más avanzadas en Inteligencia Social

están permitiendo hacer realidad las iniciativas más avanzadas en Inteligencia Social. Casi cualquier requerimiento en cuanto a volumen de datos, rendimiento o disponibilidad de la información, es posible con soluciones de Big Data. En primer lugar, la extracción o el *crawling* de datos, aunque estos se aprovisionen vía *streaming*, junto con la transformación y la carga, pueden ser gestionadas por desarrollos basados en Hadoop. El procesamiento lingüístico también se beneficia de bases de datos in-memory y de la computación paralela. Sin olvidar, por supuesto, el análisis predictivo: la información de medios sociales puede servir, mediante técnicas estadísticas y de modelización, para anticipar tendencias, prever el éxito de un producto o realizar segmentaciones de clientes. Muchas de estas capacidades forman parte de las características de SAP Hana: in-memory, analítica de datos masivos, analítica predictiva, etc.

Por primera vez, la tecnología parece estar yendo por delante de las necesidades de negocio, y el coste no es una barrera: bases de datos in-memory, clusters con un alto número de servidores en nubes públicas para el procesamiento en paralelo (SAP es partner de Amazon Web Services y la mayoría de sus productos están certificados para su despliegue en este entorno), son herramientas al alcance de cualquier presupuesto. Las posibilidades que ofrecen los modelos de Inteligencia Social, soportados en estas tecnologías, pueden servir para crear nuevos modelos de negocio basados en la innovación: en muchas compañías ya se están produciendo palancas que ofrecen ventajas competitivas medibles y accionables. Nuestros clientes ya están pudiendo comprobarlo con resultados cuantificables:

para una empresa de telecomunicaciones se están identificado más de 50 leads semanales para captación; en el sector eléctrico, una compañía ha conseguido reducir en más del 5% el *churn* sobre datos de meses anteriores. Asimismo, los modelos de información creados y almacenados en los proyectos de Inteligencia Social permiten la integración de estos datos con los sistemas internos. La evolución hacia plataformas que comprenden, tanto la información comercial tradicional, como la proveniente de nuestros clientes en medios sociales y digitales, empieza a ser una posibilidad real, lo que está conllevando a una evolución del CRM tradicional hacia sistemas de Social CRM.

**Por primera vez,
la tecnología parece
estar por delante de
las necesidades de
negocio, y el coste no
es una barrera**





Anibal Goicochea. Experto SAP BI/BPC/HANA. Single Consulting

SAP HANA, LA BASE PARA DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIO CON FILOSOFÍA BIG DATA

¡Perdemos dinero! ¿Qué hacemos? Bajar los precios, ¡YA!... Un momento, ¿Seguro...?

Decisiones tan relevantes como esta, no deben tomarse sin antes considerar toda la información disponible, tanto interna como externa. SAP HANA facilita el Análisis Predictivo y la gestión Big Data (grandes conjuntos de datos), constituyendo una plataforma eficiente y robusta para optimizar este proceso. La elección de un partner que combine experiencia en procesos de negocio y conocimiento de esta tecnología, será clave en el resultado de su implantación.

La vorágine de la gestión de los negocios deja poco margen para la reflexión, lo que a menudo lleva a sus responsables a tomar decisiones con un alto grado de incertidumbre y basándose en información parcial. Observamos, por ejemplo, como muchas empresas adoptan medidas similares para motivar las ventas -generalmente basadas en la reducción de precios- por desconocimiento de otras alternativas y sin ponderar debidamente sus consecuencias, poniendo en peligro la sostenibilidad de estas medidas y del negocio en general.

De la Prehistoria al Big Data

El análisis tradicional de la información, considerando únicamente los datos que se generan internamente, ayuda a confirmar lo que de un modo u otro ya se conoce. Esta práctica, difícilmente aportará nuevos conocimientos que ayuden a tomar decisiones innovadoras.

Por suerte, la popularización de los dispositivos móviles, redes sociales y tecnologías M2M (Machine to Machine) han generado nuevas fuentes de información. Este fenómeno, que consiste en el trata-

miento inmediato de grandes y variados volúmenes de datos, se denomina Big Data.

La propuesta de SAP para la era Big Data

Gracias a los avances en el hardware y su abaratamiento, la tecnología de procesamiento en memoria está siendo progresivamente adoptada por los principales fabricantes de bases de datos. En este entorno, SAP destaca claramente al ser el único capaz de ofrecer una plataforma in-memory computing, tanto para fines



SAP destaca claramente al ser el único capaz de ofrecer una plataforma in-memory computing, tanto para fines de análisis de datos como para el tratamiento de operaciones transaccionales



de análisis de datos como para el tratamiento de operaciones transaccionales.

La propuesta de SAP para la era Big Data se denomina SAP HANA; una combinación de hardware y software configurados armoniosamente para ofrecer la capacidad de procesar grandes volúmenes de datos en tiempos muy reducidos, imposible de imaginar hasta hace un par años con las bases de datos tradicionales.

Dentro de la familia de soluciones de SAP HANA, destacan los siguientes:

- SAP NetWeaver BW powered by SAP HANA (SAP BW on HANA)
- SAP Business Suite powered by SAP HANA (incluye entre otros, a SAP ERP y SAP CRM)

Pero el objetivo de SAP es ampliar esta capacidad de procesamiento de HANA a todos sus productos, tales como: SAP Business Planning and Consolidation (SAP BPC), SAP Predictive Analysis o la plataforma de Business Intelligence, SAP BusinessObjects BI 4.0 (BI4).

La predicción y gestión del riesgo, generadoras de valor para el negocio

Como gestores de organizaciones o responsables de procesos de negocio, podemos seguir haciendo lo que “todo el mundo hace” o lo que “se ha hecho toda la vida”. En el mejor de los casos, seguiremos obteniendo los mismos resultados.

Lo que distingue a una organización líder en su sector, es su inmediatez de respuesta ante un cambio en las reglas de juego. Esta ventaja competitiva, se obtiene a través de un correcto análisis de la información, tanto interna como externa (redes sociales, blogs o foros, etc.), que incluya la gestión del riesgo y el análisis predictivo.

Las organizaciones, como las personas, deben aprender de sus experiencias. A menudo, las historias se repiten y si no se aprende de lecciones pasadas, se corre el riesgo de cometer los mismos errores reiteradamente. A través de Aná-

lisis Predictivo y el Procesamiento en memoria de SAP HANA, es posible analizar el amplio volumen de datos históricos que reposan sin ninguna utilidad en obsoletas bases de datos.

Esta información histórica, es la principal materia prima para diseñar modelos predictivos que permitan identificar y cuantificar el impacto de potenciales riesgos futuros, facilitando su control y la definición de planes de acción para mitigar su impacto o convertirlos en oportunidades.

HANA no es sólo una migración tecnológica que mejora el rendimiento. Bien enfocada, puede transformar el negocio y la cultura de su organización

Cómo enfocar SAP HANA – Nuestra visión

Decidirse por implantar SAP HANA no es una mera cuestión técnica. La decisión y su alcance deberían ir alineados con los objetivos estratégicos del negocio, atendiendo a los siguientes aspectos:

- Identificación de los casos de aplicación con mayor impacto para el negocio.
- Dimensionamiento de la configuración más adecuada (Sizing).
- Migración hacia SAP BW on HANA.
- Optimización de modelos de datos SAP BW on HANA para obtener máximo rendimiento.

- Diseños de vistas de información para la explotación de la información en BI4.
- Adopción del Análisis Predictivo y Gestión del Riesgo.

Se puede seguir ignorando el fenómeno Big Data, anulando oportunidades claras de mejora en las organizaciones, o seguir pensando que HANA es “sólo para otros”, justificando la decisión con estudios de Retorno de la Inversión (ROI) incompletos porque, de antemano, nadie sabrá lo que descubrirá o evitará, pero recuerde:

- HANA es un motor de innovación, particular y diferenciado en cada implementación, capaz de identificar aspectos que podrían poner en riesgo la continuidad de su negocio o la innovación de un proceso o producto que brinde un valor considerable.
- El análisis predictivo es la base de la innovación, genera conocimientos y alerta riesgos futuros. Seguro que puede suceder algo impredecible, pero la habilidad desarrollada le brindará mayor capacidad de reacción.

HANA no es sólo una migración tecnológica que mejora el rendimiento. Bien enfocada, puede transformar el negocio y la cultura de su organización. La velocidad no es el fin, sino el impulsor de algo nuevo y diferente. Pero la herramienta no garantiza resultados por sí sola, elija al mejor partner de procesos y tecnología para su implantación.

Javier Fernández León. Responsable área SAP en Fujitsu

NUEVAS ARQUITECTURAS BANCARIAS CON SAP HANA

Los bancos tienen cada vez más información. El volumen de transacciones ha crecido de manera exponencial en los últimos años debido a factores tales como la eclosión de tarjetas bancarias, la banca por internet o las compras online. Si a esto se le añaden los cálculos y modelos estadísticos que se ejecutan sobre los datos para fines tales como informes regulatorios y análisis de riesgos o rentabilidad, el resultado son modelos de datos enormemente complejos en tamaño y estructura. Además, nuevas regulaciones, como Basilea III, requerirán nuevos niveles de granularidad, añadiendo, si cabe, nuevos retos operacionales.



SAP HANA

La raíz del problema radica en que, mientras los datos crecen sin control y la capacidad de computación de los sistemas tradicionales se ha estancado, la necesidad de acceder y analizar la información no hace sino aumentar. Es decir, la aproximación tradicional de explotación de datos es actualmente un cuello de botella. Y aquí es donde precisamente SAP HANA puede ayudar.

SAP HANA es una Base de datos "in-memory", distribuida en formato appliance, que permite acceder a grandes cantidades de volúmenes de datos en tiempo real (Big Data) sin duplicar la información. En Fujitsu hemos realizado pruebas con bases de datos de 100TB donde es posible ejecutar queries sobre tablas de más de 100.000 millones de filas en menos de un segundo. Además, todo ello, reduciendo el tamaño de la base de datos en hasta un 90%.

SAP HANA puede ayudar enormemente a simplificar las arquitecturas TI y los procesos de negocio bancarios. A saber:

No más procesos Batch

Hasta hoy, una buena parte del presupuesto de TI bancario se destina al movimiento de datos. ETL (Extract, Transform & Load) es el proceso que permite a las organizaciones mover datos desde múltiples fuentes, reformatearlos y limpiarlos, y cargarlos en otra base de datos, data mart, o data warehouse para su análisis en respuesta a un proceso de negocio. Son los archiconocidos procesos Batch. Este entramado de sistemas y datos es el resultado de adquisiciones y fusiones bancarias, desarrollo de nuevos productos financieros y de nuevos requerimientos analíticos para reporting.

SAP HANA puede ayudar enormemente a simplificar las arquitecturas TI y los procesos de negocio bancarios

HANA, además, posibilita acceder a la información en tiempo real. Dado



que no existen problemas de rendimiento, se puede "atacar" a la base de datos de producción con garantías. No es necesario extraer datos para su análisis en otros sistemas y no se tiene que duplicar la información mediante vistas, ya que éstas pueden generarse en tiempo real. HANA integra en una sola plataforma los dos mundos, OLAP+OLTP.

Y esto nos lleva a la siguiente ventaja:

Simplificación de las arquitecturas y procesos bancarios

La reducción de procesos batch es en sí misma una gran ventaja: menos sistemas implica menor complejidad y por tanto una mayor integridad y fiabilidad operacional. Asimismo, supone una reducción de los costes de infraestructura y personal (menos servidores, almacenamiento, líneas de comunicación, licencias SW...), mantenimiento y consultoría-implantación.

Pero, por qué ceñirnos a eliminar sólo procesos ETL complejos. SAP HANA permite consolidar en una única base de datos multitud de bases de datos independientes. Las ventajas son exactamente las mismas descritas arriba. Pero, además, la re-centralización de la información posibilita una explotación más transparente y sencilla de la misma, tanto desde el punto de vista operacional como analítico.

En Fujitsu hemos realizado pruebas con bases de datos de 100TB donde es posible ejecutar queries sobre tablas de más de 100.000 millones de filas en menos de un segundo

Mejora de los procesos operacionales y comerciales. Tiempo real.

Con HANA, por primera vez, los límites no vienen marcados por la tecnología, sino por la creatividad empresarial. Veamos algunos ejemplos que ya son realidades:

- Ejecución de informes de elevada complejidad en tiempo real (históricos transaccionales, análisis financiero, productos, ventas, perfil de riesgo de un cliente...)
- Nuevas aplicaciones en tiempo real : gestión de riesgos, liquidez, fraude...
- Análisis de datos estructurados y no estructurados, para sistemas SAP y no SAP, en tiempo real.
- Marketing 1 to 1

Si bien es cierto que HANA elimina muchas barreras tecnológicas existentes para el sector bancario, su implantación será probablemente progresiva debido al elevado nivel de dispersión de datos y la dificultad de modificar sus correspondientes procesos asociados.

Desde Fujitsu, donde ofrecemos soluciones de appliance y servicios end-to-end de SAP HANA respaldadas por cientos de referencias, estamos seguros de que esta tecnología permitirá a los bancos evolucionar desde un modelo centrado en el producto, a uno centrado en el cliente, más dinámico y complejo, pero a la vez más rentable. Esto será posible gracias al desarrollo de nuevos modelos de negocio hasta ahora inimaginables.



CARA A CARA CON

Daniel Sanz, Director de Organización y Proyectos de Banco Popular

“CADA DÍA ES MÁS IMPORTANTE EN BANCA EL USO INTENSIVO DE LA TECNOLOGÍA APLICADA A LOS PROCESOS”

El director de Organización de Banco Popular, Daniel Sanz, repasa la estrategia de esta entidad financiera en lo que se refiere al uso de las nuevas tecnologías tanto en sus procesos internos como en la vertiente de negocio. Desde su punto de vista, la industria financiera está experimentando una transformación que deriva no solo del aspecto regulatorio, sino también del nuevo modo que tiene el cliente de entender las relaciones con la banca.

¿Cuáles son sus responsabilidades como Director de Organización del Banco Popular?

En la unidad de Organización de Banco Popular nos ocupamos fundamentalmente del análisis y puesta en marcha de los procesos integrados globales vinculados a nuestra actividad bancaria. Pueden ser procesos ya existentes, que ofrecen oportunidad de mejora continua, como aquellos que pudieran ser novedosos, derivados de nuevas oportunidades de negocio y en los que las unidades comerciales pudieran estar interesadas. De esta forma, conjugamos el doble objetivo de persecución de la eficiencia y el concepto de unidad transformadora que acompañe las nuevas oportunidades de negocio.

El sector bancario ha sufrido una transformación enorme ¿en qué han cambiado a grandes rasgos las necesidades de su banco desde el punto de vista de transformación y eficiencia?

El conjunto de entidades financieras lleva más de una década sometido a un proceso de cambio continuo muy exigente e in-

cremental. Como industria, hemos debido transformar nuestro mix de recursos para favorecer un precio de producto y servicio cada vez más competitivo y ajustado a un mercado con márgenes que se han ido estrechando paulatinamente. En nuestra opinión, ha habido varios factores que han ayudado decididamente a ganar esos puntos de eficiencia necesarios, pero sin lugar a dudas, el de mayor contribución es el uso cada vez más intensivo de la tecnología aplicada a los procesos. Han sido necesarias, y la tendencia no va a cambiar, unas tasas crecientes de inversión en tecnología que permitan aliviar costes frente a otro tipo de recursos.

Y, desde el punto de vista del cliente, ¿qué cambios se han producido?

Las preferencias de nuestros clientes y sus expectativas de servicio han cambiado como parte consustancial al propio cambio de la sociedad actual. Se observa una polarización en la forma de entender las relaciones bancarias de nuestros clientes. Muchos productos y servicios clave del pasado se han convertido en meras como-



dities, donde el factor más valorado es su inmediatez y una disponibilidad multidispositivo. Frente a esto último, se produce una tendencia complementaria de entender el canal tradicional, la sucursal, como punto de asesoramiento y servicio especializado para clientes de mayor potencial. Nuestro cliente es más exigente, nos obliga a conocerle y atenderle de una manera mucho más proactiva; esta nueva realidad ha traído un impulso transformador a todos los niveles, tanto en productos y servicios como en el modelo de distribución.

¿Actualmente cuáles son las áreas de negocio sobre las que se están aplicando los proyectos de innovación y transformación?

Nuestros proyectos se refieren fundamentalmente a tres aspectos: un fuerte desarrollo de capacidades comerciales y visión integrada y multicanal de nuestros clientes; la transformación efectiva de las sucursales como punto de asesoramiento y venta para clientes especializados o de mayor potencial y, por último, una renovación del modelo de distribución con un fuerte enfoque

en distribución multicanal y carterización de clientes.

¿Qué iniciativas adquieren más relevancia en su Área, en un contexto de reducción de la inversión, como el que actualmente estamos viviendo?

Actualmente estamos centrados en el proceso de transformación de nuestra red de sucursales, con un doble objetivo. En primer lugar la eliminación de toda actividad superflua, aplicando técnicas de reingenie-

“Muchos productos y servicios clave del pasado se han convertido en meras comodities, donde el factor más valorado es su inmediatez y una disponibilidad multidispositivo”

ría o mediante centralización, que no suponga un valor añadido para para nuestros clientes ni para nuestros empleados. El segundo objetivo tiene que ver con la calidad, entendida tanto como calidad de servicio a nuestros clientes, como calidad en conseguir los más altos grados de ejecución en las obligaciones de compliance. El hecho de ser un sector con una regulación que afecta al negocio cada vez mayor, demanda revisión continuada de los procesos administrativos y de formalización contractual.

¿En banca minorista, cómo ha cambiado la interacción con sus clientes y cuál está siendo el proceso de transformación para adaptarse a esta evolución? ¿Cómo puede contribuir su actividad en la satisfacción de los clientes?

Anteriormente, las sucursales han sido el punto de relación y asesoramiento con los clientes de mayor potencial. Para ello, nuestras unidades de negocio han trabajado en una doble dirección orientada a la cauterización de clientes por segmentos de interés, así como a la transformación de nuestros gestores comerciales en especia- ➤



Tras la ampliación de capital de 2.500 millones €, el enorme esfuerzo en provisiones de 9.600 millones € y el fortalecimiento de la rentabilidad, la solvencia y la liquidez, como pilares fundamentales de la entidad, Banco Popular ha obtenido un beneficio de 104 millones € en el primer trimestre de 2013 y se consolida como una de las entidades ganadoras y de referencia en el proceso de reestructuración del sistema financiero español.

Con un 42% del total de sus créditos a pymes, Banco Popular mantiene el porcentaje más alto de préstamos a este sector, dato muy representativo de un modelo de negocio único y diferenciador entre los bancos españoles, basado en la rentabilidad y el servicio al cliente. De hecho, una de cada cinco empresas españolas son clientes de Popular.

Las más de 2.200 sucursales y 46 Regionales tienen, como objetivo prioritario, el negocio de las pymes. Esta capilaridad permite desarrollar un modelo de proximidad, basado en el conocimiento, la cercanía y la autonomía de las sucursales con atribuciones específicas para empresas, mediante una plantilla ágil a la vez que rigurosa en la resolución de propuestas.

Además, a través de los 750 gestores de empresas, los clientes reciben un trato personalizado y adecuado a sus necesidades. Junto a esta estructura se ha creado un nuevo modelo de distribución en el sistema bancario español basada en Centros de Empresa, con el fin de facilitar el acceso de nuevas empresas a Banco Popular, a través de 150 especialistas. Estos gestores tienen como función aportar a las empresas no clientes, soluciones a su negocio, facilitándoles el acceso a la financiación y presentando al Director o gestor de empresas de la sucursal más acorde a las preferencias o perfil del cliente.

listas de producto y segmento. Esta orientación de servicio y productos especializados conlleva necesariamente la eliminación de aquellas actividades no complementarias con estos objetivos. La Unidad de Organización, en sus actividades de transformación, analiza estos nuevos retos, ejecutando proyectos cuyo objetivo fundamental es la liberación de tiempo para actividad de atención comercial. Estamos convencidos de que la combinación de ambas líneas de trabajo redundará en una mejor satisfacción de los clientes, por la vía de un servicio personalizado y de calidad.

Hablemos de Banca Multicanal, ¿qué dirección está tomando Banco Popular en este sentido?

Esta pregunta no tiene una respuesta única. Si lo observamos desde una visión tradicional de Banca Multicanal, Banco Popular es muy activo en la prestación de servicios multicanal a los clientes, ya sea mediante Banca por Internet (disponemos incluso de un Banco especializado para este propósito) o mediante servicios de Banca Telefónica, tanto inbound como outbound; y por último, a través de una incipiente actividad de Banca mediante dispositivo móvil. Igualmente, se están llevando a cabo algunas iniciativas exploratorias vinculadas con redes sociales, su futura evolución y su interacción con el mundo de los servicios financieros. En definitiva, disponemos de toda una línea de actividad vinculada con la orientación multicanal, apostando de forma decidida en ese sentido y con un claro convencimiento de que lo mejor está por venir. La nueva generación, que ha cambiado sus hábitos de consumo y comunicación a un mundo mucho más interactivo del que hayamos conocido anteriormente, aún no ha eclosionado en sus relaciones con el ámbito financiero. Debemos estar muy atentos a este tema.

Los cambios en las normativas europeas y españolas afectan el modo de cumplimiento y también los procesos y sistemas. ¿Cómo contribuye su área en este campo?

Si efectuamos un análisis cruzado de las recientes normativas de ámbito pan-europeo, observamos un denominador común entre todas ellas: máximo conocimiento del cliente y adecuación de productos y servi-



“Todos los empleados del banco tienen a su disposición canales por los que transmitir sus propuestas acerca de innovación en cualquier ámbito de su actividad”

cios a su perfil. Se trata de procesos vinculados con la captura y el tratamiento de la información relevante de nuestros clientes, así como de conservarla y actualizarla convenientemente. Igualmente, afecta a la forma de llevar a cabo el entrenamiento adecuado de nuestra plantilla para que realicen mejor análisis y toma de decisiones. Todo ello en un entorno multicanal y en el que la oficina no mantiene la cautividad del cliente, el cual es soberano para establecer sus relaciones y puntos de contacto de la forma más cómoda para sus intereses. Por tanto,

acompañar estas nuevas necesidades exige cambios en las dinámicas de trabajo y en los modelos organizativos en los que permanentemente nos vemos involucrados, proponiendo nuevas soluciones y aportando ideas para su mejor ejecución.

En el Banco Popular se utiliza algún sistema de gestión de ideas para fomentar la innovación

Mucho más que en las herramientas o los sistemas, confiamos en la cultura y la motivación del colectivo de personas. Todos los empleados del banco tienen a su disposición canales por los que transmitir sus propuestas acerca de innovación en cualquier ámbito de su actividad. Nuestra experiencia más reciente así lo confirma, habiendo recibido más de 5.000 sugerencias del personal de nuestra red, consultados acerca de las posibles innovaciones para hacer más productivo y con mayor calidad su desempeño diario. Ello nos demuestra

la gran capacidad creativa y de aportación del conjunto de la organización, hecho que consideramos un activo de enorme valor.

¿Dónde ve mayores oportunidades de crecimiento en el banco, que estén apoyadas por las TIC?

En general, en todas las áreas de negocio. De forma más novedosa, diría que en movilidad y en capacidades analíticas.

¿Están invirtiendo actualmente en algún proyecto basado en tecnología in-memory? ¿considera que el “tiempo real” de estas nuevas tecnologías pueden transformar la operativa del banco?

Creo que no tendrá un efecto tan directo en operativa transaccional, si bien podrá cambiar y ofrecer nuevas posibilidades a la operativa comercial y a los niveles de interacción con los clientes.

¿Se han planteado el uso del cloud en algún área?

Estamos trabajando en cloud privada para aplicaciones no core del banco. La cloud pública la utilizamos de forma muy marginal.

BAZAR



IMPRESORA DE BOLSILLO

LG Pocket Photo es el gadget ideal para imprimir de una forma divertida y creativa las fotos de cualquier teléfono móvil con sistema operativo Android e iOS

La impresora de bolsillo "Pocket Photo" imprime sin tinta fotos de alta calidad de forma inalámbrica, se presenta como el complemento perfecto para los smartphones. Con un peso de sólo 215 gramos y unas medidas de 72 x 120 x 24 mm, cabe fácilmente en la palma de la mano o dentro del bolsillo de la chaqueta.

Diseño elegante y ligero, LG Pocket Photo, gracias a las medidas de las impresiones, 5.1 x 7.6 cm (2 x 3 pulgadas), es perfecta para compartir o mostrar las imágenes de los momentos más divertidos. Para disfrutar de todas las posibilidades de Pocket Photo sólo es necesario descargar e instalar la LG Pocket Photo app en el smartphone con sistema operativo Android o iOS. A continuación, los usuarios sólo tendrán que conectar sus dispositivos móviles a la nueva impresora Pocket Photo de LG y empezar a imprimir.



PARROT FLOWER POWER: PLANTAS INTELIGENTES

Este nuevo dispositivo, es un sensor inteligente inalámbrico que utiliza la tecnología Smart Bluetooth de bajo consumo que ofrece una duración de batería de hasta 6 meses, para informarnos sobre las necesidades de luz, humedad, temperatura o fertilizante que necesitan nuestras plantas a través de una aplicación dedicada, exclusiva para los dispositivos móviles de Apple.

Si nuestras plantas necesitaran atención, los consumidores del Flower Power recibirán su alerta correspondiente en la aplicación para iOS, y así también aprenderán a anticiparse a las necesidades de la planta en todo momento, como si de un jardinero se tratase.



Parrot
**Flower
power**

BOLA ROBOTICA

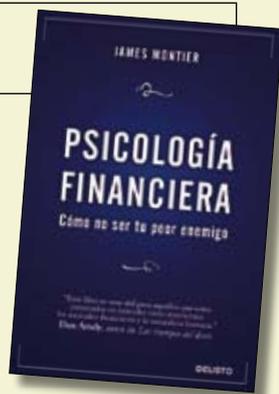
Sphero es una bola robótica y un sistema de juego que puede ser controlado por smartphones. Los jugadores manipulan esta esfera a través del dispositivo móvil (compatible con iOS y Android). Puede ser utilizada tanto para juegos de la vida cotidiana (como por ejemplo realizar ejercicios de control y habilidad) como parte de los juegos de realidad aumentada, en el que los personajes de los videojuegos aparecen en el mundo real utilizando Sphero como marcador.



PSICOLOGÍA FINANCIERA

JAMES MONTIER

Este libro es muy útil para aquellos que estén interesados en entender cómo interactúan los mercados financieros y la naturaleza humana. La emoción o el exceso de confianza son sólo algunos de los rasgos de personalidad que puede llevar al inversor a perder dinero o lograr rendimientos menores a lo esperado. Analiza los problemas de comportamiento más comunes a los que se enfrenta el inversor y propone cómo superarlos para lograr que sus inversiones sean un éxito. y Unilever son los casos de éxito incluidos en la última obra del gurú del marketing



UNA MOCHILA PARA EL UNIVERSO

ELSA PUNSET

¿Cuánto debe durar un abrazo? ¿De qué sirve llorar? ¿Qué podemos hacer para cambiar nuestra suerte? ¿Tiene algún propósito el enamoramiento? ¿Por qué sentimos envidia? ¿Cuántos amigos necesitamos para ser felices? ¿Podemos evitar estresarnos sin necesidad? Y, más allá de las mil dietas milagrosas, ¿existen trucos emocionales

para adelgazar? A éstas y muchas otras preguntas responde este libro, concebido como una «pequeña guía de rutas variadas» que transitan por la geografía de las emociones humanas, gestionar la relación entre el cuerpo y la mente, potenciar el caudal de alegría que encerramos, organizamos para lograr fijar y cumplir nuestras metas.



¿QUIÉNES MANDAN DE VERDAD EN ESPAÑA?

CARLOS ELORDI

«¿Quiénes mandan de verdad en España?» es la pregunta a la que el periodista Carlos Elordi pretende dar respuesta en este libro. Las elecciones celebradas cada cuatro años en España solo dan el pistoletazo de salida para que los poderes fácticos que de verdad rigen los designios del país se posicionen para dirigir el futuro de la nación. La banca, los grandes empresarios, la Iglesia católica, la Casa Real, la Unión Europea etc. influyen en la toma de decisiones y cada uno de ellos ejerce directamente presión sobre la sociedad. Elordi analiza en este libro cómo se articulan internamente esos poderes, cómo ha evolucionado la capacidad de influencia de unos y otros sectores y cuáles la han ganado o la han perdido como consecuencia de la actual crisis económica.



NATURALEZA, LEYENDA E HISTORIA

Viajar a Cangas de Onís es como viajar al corazón de Asturias pero también al corazón de nuestra historia, de esa historia que nos contaron en el colegio, la de Don Pelayo, su hijo Favila y el oso, la de la cueva de Covadonga donde comenzó la reconquista, la de los primeros reyes que ocho siglos más tarde darían lugar a España tal y como la conocemos...

Llegamos a este pueblo del Oriente asturiano por la circunvalación del pueblo hasta llegar a un parking gratuito. Lo mejor es dejar allí el coche y acceder cómodamente por un puente peatonal al centro de la ciudad.

En Cangas el símbolo incuestionable es el Puente Romano, uno de los más representativos de la región y Monumento Histórico-Artístico desde 1931. Posiblemente lo que hoy vemos es el resultado de la reconstrucción de otro anterior, de fundación romana. Con cinco arcos, tres apuntados, el central vemos como cuelga la reproducción de la Cruz de la Victoria. De aquí vamos a ver otra de las joyas artísticas de Cangas, la Ermita de Santa Cruz, en Contraquil. Su fundación, sobre un dolmen, se remonta al 437 y parece ser que el rey Favila la reedificó en el año 737 para custodiar la Cruz de la Victoria. Se cree también que aquí está su tumba. La última remodelación, tras la guerra civil, dejó al descubierto el dolmen original, 3000 a.C, del que son originales los bloques laterales de la iglesia. Ya en el pueblo de Cangas, nos acercamos a la iglesia parroquial, de nueva construcción. Ocupa el solar de la casa natal de Vázquez de Mella y el antiguo ayuntamiento. La siguiente parada la haremos en el Palacio Cortés, renacentista, donde dicen que durmieron la reina Isabel II y Jovellanos en su visita en 1858.

Otro punto de interés es la Plaza del Mercado, centro vital de la ciudad, inspirada en los modelos más tradicionales asturianos y el cercano Monasterio de San Pedro de Villanueva cuya fundación se atribuye a Alfonso I, con una iglesia románica maravillosa. Actualmente es el Parador Nacional de Cangas de Onís, lo que nos permite adentrarnos en este entorno medieval tan inspirador, con todas las comodidades. Situado en Villanueva, cerca de Cangas, tiene como telón de fondo el majestuoso paisaje de Picos de Europa.

Descenso en canoa por el río Sella,

Una forma diferente de disfrutar de la belleza y singularidad de los paisajes asturianos

El descenso en canoa se ha convertido en la actividad de ocio estrella del Oriente de Asturias. Se trata de una divertida experiencia ideal para disfrutar en grupo, poniendo a prueba las habilidades de cada uno de los integrantes en una singladura que exige esfuerzo, habilidad y colaboración.

Para realizar este magnífico trayecto en canoa por el río Sella basta con saber nadar y tener ganas de disfrutar de una jornada divertida, amenizada por un paisaje espectacular. Una vez que la elección esta decida, los participantes pueden optar por dos tipos de recorrido en función de tus circunstancias y necesidades.

El primero de ellos, efectúa la salida en Ariondas y finaliza en Toraño. Se trata del itinerario más corto, con una duración estimada de dos horas. La otra posibilidad es el trayecto Ariondas-Omedina, cuyo recorrido cuenta con 14 kilómetros de longitud y cuatro horas de inolvidables sensaciones. Esta opción permite detenerse en algún recodo del cauce y disfrutar de una relajado pic-nic.

Para poder realizar esta divertida actividad, únicamente hay que meter en el macuto el traje de baño, la toalla, y un calzado adecuado. Es importante también no olvidarse de añadir una buena crema de protección solar, una gorra y un teléfono.

El precio de esta experiencia es de 25 euros, incluido el material y el seguro de accidentes.

Frontera Verde
www.fronteraverde.com



**EL QÜENCO DE PEPA,
SOLO SI TE LO MERECES**



El Qüenco de Pepa o, simplemente "Pepa", fue inaugurado en 2003 en la calle Henri Dunant, en pleno corazón financiero de Madrid, entre Cuzco y Plaza de Castilla.

La filosofía gastronómica del lugar, que se mantiene intacta desde hace ya una década, consiste en traer al restaurante la materia prima seleccionada, manteniendo su máxima pureza y una mínima manipulación. Este es el auténtico reto diario de Pepa y, por ello, el establecimiento cuenta con sus propias huertas en la provincia de Ávila. En ellas, tanto Pepa como su socia Mila Nieto, se ocupan personalmente de que el producto obtenido sea el mejor, y el resultado son esas verduras asadas que Pepa aromatiza con aceite de trufa, un pisto inigualable, sus singulares guarniciones "verdes", su famoso salmorejo o las deliciosas compotas.

El otro punto de procedencia de las hortalizas y verduras de Pepa son las huertas de Tudela, donde la temperatura y las características del suelo favorecen la absorción de nutrientes y contribuyen a crear un inconfundible sabor. Hay que decir también que la misma exigencia que pide Pepa en los productos de la huerta es requisito

ineludible para el resto de alimentos que entran en sus cocinas. Así, esos pescados a los que Pepa sabe dar un toque de experta difícil de conseguir, llegan a diario desde La Coruña respetando las temporadas de cada uno de ellos. Con todo este mimo y rigurosidad se consiguen elaboraciones como su famoso salmonete de roca, el bacalao de celeiro con compota de tomate o el mero en salsa de cava, entre otros apetitosos bocados.

En cuanto al restaurante, su interior goza de una extraordinaria luz natural, que acompaña la pureza y autenticidad de sus platos, y de una de las terrazas más envidiadas de Madrid por su frescura y tranquilidad. Desde sus comienzos, el Qüenco de Pepa, ha sido restaurante de referencia entre los comensales más exigentes y amantes del buen comer, además de un lugar de encuentro de personas reconocidas del mundo financiero, político y artístico. Por esta razón, Pepa y Mila se han decidido a inaugurar un nuevo restaurante en General Gallegos que, pese a ubicarse muy cerca del primero, pretende aportar una nueva y propia personalidad a la oferta gastronómica de la capital.

stratesys

especialistas e innovadores en tecnología SAP



stratesys drives SAP

guiamos el uso de la tecnología
en sus procesos de negocio



Brasil · Colombia · España · Portugal · USA

www.stratesys-ts.com



@stratesys





Somos CIBOR: JESÚS CALLEJA

Este leonés lleva prácticamente desde que tiene uso de razón metido en la montaña, su pasión nació en su tierra, en el corazón de los Picos de Europa; y se ha desarrollado especialmente en el Himalaya. Sólo a Nepal, donde ha sido guía de montaña durante más de 16 años, ¡ha viajado más de 40 veces! A sus expediciones más importantes, como la del Everest en 2005, empezó llevando una cámara y a grabar. Con ese material se inició Desafío Extremo, que se ha convertido en un programa de éxito en Cuatro y va ya por su quinta temporada. Enseguida empezó a acompañarle Emilio Valdés, amigo y alpinista, que registra con su cámara todo lo que pasa. Jesús ha culminado los picos más altos de cada continente: Elbrus, Everest, Pirámide de Carstenz, McKinley, Vinson, y Aconcagua. Ha llegado a la cima, además, de otros dos ochomiles; el Cho Oyu y el Lhotse, y he alcanzado el Polo Norte.

Además de la montaña, le apasionan las motos, y ha ido en dos ocasiones al Rally de los Faraones, en Egipto, y el año 2011 participó en el Dakar. También le gusta volar y es piloto de avionetas, ultimamente practica el buceo, un deporte que le permite conocer la extraordinaria vida marina.

Descríbenos cuál es la relación cotidiana que mantienes con las Nuevas Tecnologías. ¿Escribes sobre un ordenador o una tableta? ¿Utilizas teléfono inteligente?

Mi relación con las tecnologías es muy próxima y está presente todos los días, tanto en mi trabajo viajando por todo el planeta donde las empleamos para hacer partícipe a nuestros seguidores de lo que nos acontece en las expediciones, hasta para uso personal, necesito estar informado continuamente de lo que ocurre a mi alrededor o en el mundo.

Podrías decirnos qué aplicación o aplicaciones de los ordenadores se han convertido ya en insustituibles para ti?

Uso un 90% la tablet, un 10% el ordenador, y el teléfono inteligente vive conmigo.

Uso aplicaciones skype, box, relacionadas con la meteorología, así como de vuelos, y varias de ámbito meteorológico y de alertas de catástrofes.

Y el teléfono, lo utilizas solo para hablar o también para hacer otro tipo de tareas.

¿Podrías decirnos cuáles?

El teléfono es mi verdadera



arma secreta de las comunicaciones lo uso absolutamente para todo, es ágil, no pesa y hago lo mismo que puedo hacer con una tablet.

¿Qué opinión te merecen las redes sociales? ¿De qué manera haces uso de ellas?

Las redes sociales son necesarias porque estas en la realidad cotidiana al día de todo lo que ocurre, pero ¡joj! hay que tener cuidado se pueden convertir en un verdadero problema de adicción, en los aeropuertos observo que mucha gente está enferma, no puede dejarlas ni 5 minutos y les controla la vida, esto es un error. Mi uso es diario pero racional, no me obsesiona y reprendo al que vive pendiente de ellas 24h al día.

¿Un día sin móvil es peor que un día sin pan?

Un día sin móvil en ocasiones es un alivio, jajaja, os recuerdo que soy amante de la libertad y a veces el móvil nos estropea momentos mágicos, es bueno estar perdido de vez en cuando.

¿Qué tareas has dejado de hacer en el mundo físico y has sustituido por el mundo virtual?

Ninguna tarea física he sustituido por el mundo virtual, sería terrible.

Eres de los que felicita aún los cumpleaños mediante una llamada telefónica o te has pasado al WhatsApp o al Facebook...

Un cumpleaños se felicita por teléfono a la vieja usanza, es más humano, el resto lo hago por WhatsApp.

¿En qué aspecto crees que ha mejorado tu vida con las nuevas tecnologías?

La vida mejora sin duda con las nuevas tecnologías, nos la hace más cómoda y sobre todo es práctica, rápida. Tenemos más capacidad de organización, estamos más pendientes de lo que ocurre a tu alrededor. Tenemos mucha más información para gestionar proyectos arriesgados, con la meteo instantánea, e información que te importa en ese momento.

¿Y la vida colectiva?

La vida colectiva es más rica con las nuevas tecnologías, tienes más amigos por el mundo y sobre todo seguidores que les interesa tu trabajo, tu vida, en definitiva te ayudan a mejorar, ¡es un gran invento!.

Tecnocom

Proyectando juntos el futuro

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

DESARROLLO DE APLICACIONES DE MOVILIDAD CON SUP:

- Maximiza la productividad del puesto de trabajo.
- Facilita el acceso: cuando, cómo y desde cualquier lugar.
- Flexibilidad: sin interrupciones y con información actualizada.
- Diseño de funcionalidades adicionales.



Tecnocom

www.tecnocom.es

C/ Josefa Valcárcel, 26
Edif. Merrimack, III
28027 - Madrid - España
Tel.: +34 913 253 300
+34 901 900 900

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

Una idea innovadora requiere
una ejecución innovadora.

Alto rendimiento. Hecho realidad.

La innovación es esencial para lograr el alto rendimiento. Pero las ideas brillantes no sirven de nada sin una buena ejecución. Nosotros aportamos una visión estratégica y práctica para ayudarte a definir tu visión y desarrollamos las capacidades para ayudarte a alcanzarla. Haciendo que las ideas se conviertan en realidad. Aprovechando las oportunidades. Acelerando el lanzamiento al mercado. Eso es alto rendimiento, hecho realidad.

consultoría | tecnología | outsourcing


accenture