

# SAP CLUB

PUBLICACIÓN DE SAP ESPAÑA



## EL PODER DEL 'BIG DATA': LA TRANSICION HACIA UNA EMPRESA EN TIEMPO REAL

**LA RESPUESTA**

SAP HANA: servicios, aplicaciones y soluciones

**CONVERSAMOS CON**

Gustavo Vinacua, Director del Centro de Innovación BBVA

**EXPERIENCIAS**

FCC/ Martínez Cano / Revlon / Azkar / ITP

**TENDENCIAS**

Carles Fradera, director General de Barcelona Digital



# Tecnocom

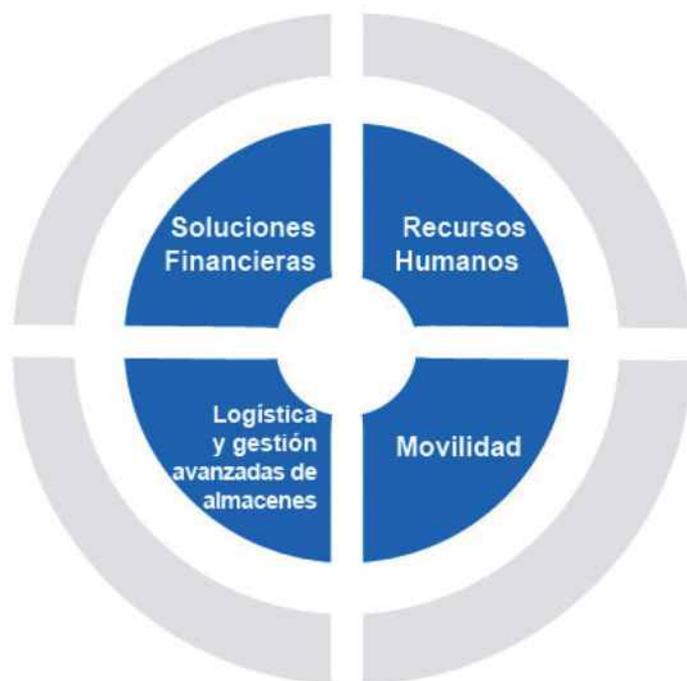
Proyectando juntos  
el futuro



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.

## MÁXIMA CALIDAD EN CADA PROYECTO:

- Miembro de Executive Council SAP EMEA
- Premio mayor volumen de negocios en Business Analytics
- Mayor calidad en Proyectos 2009, 2010 y 2011
- Certificación Partner Center of Expertise PCoE
- Soluciones Certificadas RDS



# Tecnocom

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

Publicación trimestral editada y producida por SAP España para clientes y colaboradores.

SAP España. C/ Torrelaguna, 77  
Bloque SAP  
28043 Madrid  
Tel. 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)

**Realización editorial, diseño y distribución:**

**FACTORÍA**

www.factoriaprisma.com

TIRADA: 7.000 ejemplares de carácter gratuito.

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 [www.sap.com/corporate-en/legal/copyright/index.epx#trademark](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).

# CONVERTIR 'BIG DATA' EN LA VENTAJA COMPETITIVA DEL NEGOCIO

Algunos estudios apuntan a que en 2020 habrá más de 40.000 millones de máquinas conectadas a internet. Nuevos dispositivos móviles, redes sociales o el uso de nuevas tecnologías que generan millones de datos por segundo suponen, de igual modo, un reto y una oportunidad para empresas y organizaciones en cualquier ámbito. Sin ir más lejos, SAP y sus *partners* han entrado en el *Libro Guinness* con el almacén de datos más grande del mundo: 12,1 Petabytes. O, lo que es lo mismo, 121 billones de fotos o 72 trillones de órdenes en el mercado financiero.

Las potencialidades del *big data* son infinitas, aunque su utilidad está ligada a quiénes y a cómo se procesan esos enormes volúmenes de datos. En este campo, mejorar la experiencia de usuario se ha convertido en uno de los principales retos. La sencillez de dispositivos móviles y redes sociales lleva a los clientes a exigir esa misma simplicidad en las herramientas que utilizan para su labor profesional. Cada vez es más importante la experiencia de usuario para añadir más simplicidad a soluciones y aplicaciones. Por esta razón, SAP ha decidido aprovechar la simplicidad de la nube y ha evolucionado su estrategia *cloud* para SAP HANA con opciones de despliegue y accesibilidad flexibles, que se desarrollan en nuevas ofertas mucho más simples para los clientes. El objetivo: ampliar el alcance de la plataforma y hacer más fácil su acceso.

Interesante también es comprobar las aplicaciones del *big data* en áreas tan importantes como el de la medicina. En este sentido, SAP está allanando el terreno a la investigación con destacados avances, como SAP Genomic Analyzer, con el que se están dedicando esfuerzos para aplicar SAP HANA en el ámbito del cáncer dando la posibilidad a investigadores y profesionales de la medicina de obtener innovadores avances con datos del genoma en tiempo real.

En definitiva, el uso eficiente e inteligente de los datos masivos permite a los líderes de las empresas predecir hoy con acierto aquello que no ha sucedido, gracias al análisis predictivo, y, en consecuencia, tomar mejores decisiones informadas, que suponen un aumento de productividad y competitividad. Hay estudios que demuestran que las empresas que vinculan el análisis predictivo a sus negocios superan de media en un 20% a sus competidores. Una buena gestión de todo este *big data* permite identificar con acierto tendencias de negocio, prevenir enfermedades, abrir el camino a nuevos hallazgos científicos y proporcionar nuevas fuentes de crecimiento económico.



**João Paulo da Silva** Director General de SAP para España y Portugal

## 05 NOVEDADES

- RSC
- RECONOCIMIENTOS
- JORNADAS
- NOVEDADES

## 12 TENDENCIAS

- La importancia de la gestión de datos en tiempo real
- Entrevista a Carles Fradera, director de Barcelona Digital



## 18 LA RESPUESTA

- Potencia, ahorro y velocidad con un modelo en la nube
- Nuevos escenarios de negocio en SAP HANA
- Incrementar beneficios, eficiencia y clientes
- Más funcionalidad en menos tiempo

## 36 EL RINCÓN DE VALUE ENGINEERING

- Negocios en tiempo real: la transformación de la empresa gracias a la innovación



## 38 EXPERIENCIAS

- FCC
- MARTÍNEZ CANO
- REVLON
- AZKAR
- ITP

## 48 UN ALIADO

- Tecnomcom: mejora en el análisis de la información
- Accenture: soluciones como soporte al negocio
- Realtech: HANA XS más SAPUI5



## 54 CONVERSAMOS CON

- Gustavo Vinacua, director del Centro de Innovación BBVA

## 58 WIRED/WIRELESS

- GADGETS
- HI-TECH
- GASTRONOMÍA
- ESCAPADAS
- Q & A



## SAP cierra el año con resultados muy favorables gracias a la transición hacia la nube de sus clientes

SAP ha cerrado 2013 con un sólido crecimiento de los ingresos y optimistas previsiones de futuro

SAP ha anunciado los resultados del cuarto trimestre y del ejercicio 2013 completo. El rápido crecimiento del negocio *cloud* y la solidez del negocio central impulsan un **crecimiento de doble dígito** por cuarto año consecutivo en la compañía. Asimismo, los pedidos de **suscripciones y soporte *cloud*** aumentaron un 50%, hasta los 1.200 millones de euros, aproximadamente, y los ingresos diferidos por suscripciones y soporte *cloud* no IFRS se incrementaron un 25%, hasta los 447 millones de euros. El éxito de **SAP HANA**, la plataforma para negocios en tiempo real, continuó en 2013: los ingresos por software HANA en todo el año 2013 aumentaron un 69%. La compañía tiene ahora cerca de 3.000 clientes de HANA. "Basándonos en el fuerte impulso global de 2013, acelerare-

mos la transición hacia la nube para ofrecer a nuestros clientes la posibilidad de elegir. Estamos trasladando todas las soluciones a la nube y reforzándolas con nuestra plataforma SAP HANA de tiempo real, por lo que haremos que las cosas resulten más simples para nuestros clientes, ampliaremos nuestra ventaja e impulsaremos el crecimiento, más previsible y rentable a largo plazo", anuncian los co-CEO Bill McDermott y Jim Hagemann Snabe. El director financiero de SAP, Werner Brandt, opina que "estos resultados se han visto impulsados por la excelencia operativa, a pesar del impacto de las adquisiciones en el margen, y por el crecimiento en *cloud*". El rápido crecimiento del negocio *cloud* pone de manifiesto el **liderazgo de la compañía** en esta área. Los ingresos por

suscripciones y soporte *cloud* fueron de 787 millones de euros.

### Previsiones de negocio para 2014

- > La compañía espera que en 2014 los ingresos por suscripciones y soporte *cloud* no IFRS se sitúen en un rango de entre 950 y 1.000 millones de euros en moneda constante. La parte más alta de este intervalo representa un índice de crecimiento del 32%.
- > La compañía espera que en 2014 los ingresos no IFRS por software y servicios relacionados con software aumenten entre un 6% y un 8% en moneda constante.
- > La compañía espera que el beneficio operativo no IFRS para todo el año 2014 se sitúe entre los 5.800 y 6.000 millones de euros en moneda constante.



## Nuevas herramientas innovadoras para facilitar el trabajo a Recursos Humanos

SuccessFactors Presentations se une a SAP para mejorar los procesos de revisión de talento y ahorrar tiempo y dinero

Los profesionales de RR. HH. suelen dedicar muchas horas a buscar y recopilar datos precisos para las reuniones de revisión del talento. Gracias a SuccessFactors, una compañía de SAP AG y proveedor líder de soluciones de software de RR. HH. basadas en *cloud*, ya no tendrán que hacerlo. Ésta es una nueva y potente vía para crear presentaciones atractivas y precisas. Las compañías podrán utilizar las presentaciones para automatizar y mejorar la calidad de sus procesos de revisión de talento, al tiempo que ahorran tiempo y dinero. Además de ser más fácil de usar, el objetivo es ayudar a las empresas a **identificar las fortalezas y las oportunidades** de desarrollo de sus empleados con una visión interactiva.

### OTRAS ACTUALIZACIONES

Además de las presentaciones, SAP tiene previsto añadir nuevas prestaciones a la suite completa de RR. HH., ofrecer más de 17.000 soluciones de clientes que respondan a los requisitos integrales del ciclo de vida completo del empleado y las necesidades globales de sus empresas.

- Add-on de centro de control para la aplicación **SAP Payroll Processing**: permite un nuevo enfoque en el que los posibles problemas sean aclarados en tiempo real por la aplicación, en vez de requerir que sean los usuarios de negocio quienes buceen en la información para tratar de encontrar los problemas por sí mismos.
- Métodos de trabajo y búsqueda de expertos para la plataforma de software social **SAP Jam**: SAP Jam incluirá métodos o patrones de trabajo para planificación e implementación, así como para la resolución de solicitudes de servicio.
- Innovaciones en la experiencia del cliente: la prestación **In-Product Support** permitirá a los clientes acceder a ayuda sensible al contexto, gestionar casos, grabar y adjuntar vídeos, utilizar el chat, etc. sin salir de la aplicación. Además, el Success Academy's Cloud Learning Center permite a los administradores aprender rápidamente cómo configurar y administrar los productos.

## Darren Roos, nuevo director de Operaciones

SAP AG ha anunciado la incorporación de Darren Roos como director de Operaciones para la región de Europa, Oriente Medio y África. Roos será responsable del éxito de las operaciones de todo el negocio de **SAP en EMEA** y establecerá su operativa en Inglaterra. Con una amplia experiencia como líder, Roos garantizará la excelencia operativa a través de la eficiencia y efectividad del servicio, y dirigirá una organización con 1.000 empleados.

## SAP gana un prestigioso premio de diseño

El premio de diseño 2014 People's Choice Award de los Interaction Awards ha sido entregado a SAP con SAP Scouting. Estos galardones son una iniciativa de la Asociación de Diseño Interactivo, una red global con unos 50.000 miembros de todo el mundo, que se dedican a la práctica profesional del diseño interactivo. Los **Interaction Awards** evalúan proyectos que representan la excelencia en el diseño interactivo en distintas categorías.

## SAP InfitelInsight realiza analíticas predictivas más precisas

Eldorado, el mayor distribuidor de electrónica de consumo y electrodomésticos de Rusia, mejora un 10% la exactitud de sus análisis predictivos de la mano de SAP



Cerca del 95% de las empresas asegura que en el último año se ha registrado un **aumento del volumen de datos** que tiene que manejar, y el 75% manifiesta que es difícil beneficiarse de herramientas de análisis predictivo sin contar con empleados especializados. Con el fin de hacer frente a estos problemas, SAP AG anuncia la disponibilidad de la solución **SAP InfitelInsight**. Basada en la tecnología de automatización patentada de KXEN, una compañía de SAP, la solución ofrecerá a las empresas simplicidad y productividad para desplegar el análisis predictivo en todo el negocio.

Eldorado, el mayor minorista de electrónica de consumo y electrodomésticos de Rusia, ha confiado en SAP para ayudar a analizar los datos almacenados en la solución **SAP 360 Customer**. “Nos complace que dos de nuestros proveedores de soluciones más estratégicas se hayan unido para proporcionar información predictiva en todo nuestro negocio”, apunta Elena Zhukova, responsable de Analíticas, Eldorado LLC. “SAP y KXEN han mejorado un 10% la exactitud de los pronósticos de nuestra empresa, en comparación con las técnicas de predicción anteriores”.

## Grupo Merza elige SAP HANA en servidores de Cisco UCS

El Grupo Merza, de distribución y comercialización de comestibles, que cuenta con 146 supermercados y 17 tiendas mayoristas en México, ha desplegado SAP HANA en servidores Cisco UCS en su red nacional. Grupo Merza completó recientemente la implementación, en 90 días, de la **Solución de Despliegue Rápido potenciada por la plataforma in-memory SAP HANA**. La solución proporciona modelos prefabricados de datos, indicadores clave de rendimiento, cuadros de mando e informes sobre rol específico web/móviles para brindar a los distribuidores información en tiempo real del mercado, las operaciones de comercialización y las operaciones de la tienda. De esta forma, Grupo Merza ha reducido un 70% el tiempo dedicado a procesar los informes y un 40% en el sistema transaccional en el Centro de Datos.



SCL Consulting



8 Países

12 Oficinas

13 Años

+100 Clientes

+150 Proyectos

+220 Empleados



Diseño e Implantación de Metodologías



Laboratorios SAP



Diseño de Arquitecturas



Implantación de Proyectos



Gestión de App / Sistemas



Formación



MCaaS + OEM

# Thinking Business

## AUSAPE renueva su Junta Directiva



De izquierda a derecha: Arantxa Martínez, Amando Vela, Tona Monedero, David Ruiz Badia, Mónica García Ingelmo, Rafael Berriochoa y Xavier Aymerich.

Durante la XX Asamblea General del pasado 30 de enero, la **Asociación de Usuarios de SAP España** ha renovado su Junta Directiva. El nuevo presidente de la Asociación es David Ruiz Badia, en representación de la empresa Enel Energy Europe, que prolonga dos años más su presencia en el equipo de dirección de la Asociación y compartirá funciones con la Delegación Internacional. La vicepresidencia de AUSAPE la llevará

a cabo Mónica García Ingelmo, de Orange España, que será también responsable de Eventos. Se incorporan al equipo Anselmo Vela, de HEFAME, nuevo responsable de Finanzas, Administración y Oficina; Arantxa Martínez, de The EatOut Group, en la vocalía de Grupos de Trabajo e Interés de AUSAPE, y Tona Monedero, de Codorníu, que liderará la Delegación Internacional.

Rafael Berriochoa, de ICM-Informática Comunidad de Madrid, y Xavier Aymerich, de Roca Corporación, seguirán con su labor actual en la Junta de AUSAPE, durante 2014-2015. La nueva Junta Directiva centrará sus esfuerzos en **cuatro**

**ejes estratégicos:** posicionamiento de la marca, mejora de la percepción de valor, crecimiento e influencia, e internacionalización.

### FÓRUM AUSAPE 2014

La décima edición del Fórum AUSAPE tendrá lugar los días 11 y 12 de junio, en el Palacio de Congresos de Zaragoza.

## SAP y sus 'partners' establecen un nuevo récord al crear el almacén de datos más grande del mundo

Es cuatro veces mayor que el almacén que ostentaba el récord anterior

SAP AG (NYSE: SAP) y un equipo de *partners* tecnológicos, entre los que se incluyen BMMsoft, HP, Intel, NetApp y Red Hat, ha creado el almacén de datos más grande del mundo utilizando la plataforma SAP HANA y el software SAP IQ, batiendo el actual récord mundial.

Este almacén de datos, de **12,1 Petabytes**, auditado independientemente, ha sido reconocido con el **Récord Guinness Mundial** y es cuatro veces más grande que el almacén que ostentaba el récord anterior.

"El establecimiento de un nuevo récord mundial con la combinación de SAP HANA y SAP IQ era un reto que había planteado a nuestro equipo de ingenieros", comenta el Dr. Vishal Sikka, miembro del Consejo Ejecutivo de SAP para Productos e

Innovación. "Nuestro objetivo era establecer nuevos límites para unir grandes volúmenes de datos con analíticas escalables y a medida. SAP ha mostrado la capacidad de su plataforma para lograr un resultado increíble, con un enfoque rentable y de alto rendimiento para resolver problemas extremos en cuestión de *big data* y analíticas".

Este nuevo récord mundial demuestra la capacidad de SAP HANA y SAP IQ para manejar de forma eficiente el almacén de datos empresariales a escala extrema y las analíticas de *big data*. SAP y sus *partners* habían establecido con anterioridad un récord mundial para la carga e indexación de *big data* a 34,3 Terabytes por hora.

### ¿Qué cabe en 12,1 Petabytes?

- > Petabyte es el espacio que se utilizaría para almacenar **13,3 años de vídeo en alta definición**. Según el nuevo récord recogido en el *Libro Guinness*, esto equivaldría a más de 160 años de vídeo en alta definición.
- > Para almacenar **10 billones de fotos** de la red social más popular del mundo se necesitan 1,5 Petabytes; en 12,1 Petabytes pueden recopilarse hasta 121 billones de fotos.
- > 1 Petabyte equivale a **6 trillones de órdenes en el mercado financiero**, lo que multiplicado por 12,1 Petabytes supone más de 72 trillones de operaciones en este mercado.

# SAP reúne a su canal de 'partners' para hacer balance de 2013 y compartir la estrategia para 2014

En el marco de la Reunión se ha hecho entrega de los Premios a la Excelencia 2013



## Los premiados

- > **Mejor Práctica en Innovación:**  
Stratesys
- > **Mejor Práctica Sectorial:**  
Everis BPO
- > **Mejor Práctica de Soluciones**  
**SAP RDS Business All-in-One:**  
Altim

Área de SAP Business One:

- > **Mayor Volumen de Ventas**  
**2013:** MSS Seidor
- > **Mayor Crecimiento en Ventas:**  
Geinsa
- > **Mayor Innovación Tecnológica**  
**SAP Hana con SAP Business One 2013:** Accelera, por su contribución al desarrollo de negocio de SAP HANA con SAP Business One

SAP España ha celebrado su **Reunión Anual de Canal**, en la que ha reunido a sus *partners* para hacer balance del año anterior y mostrar la estrategia y las novedades para el año nuevo. Al acto, celebrado en el Hotel Novotel Madrid Puente de la Paz, han asistido más de 250 socios de canal. En el transcurso de la Reunión se han entregado los **Premios a la Excelencia 2013**, con los que SAP reconoce la calidad del trabajo desarrollado por sus *partners* en la comercialización e implantación de soluciones a lo largo del año.

João Paulo da Silva, director general de SAP España y Portugal, inauguró la sesión y agradeció a los asistentes su contribución al negocio: "Habéis luchado mucho, pero el esfuerzo se ha visto recompensado en los resultados. Muestra de ello es que el 60% de las ventas indirectas del área de General Business haya provenido de nuevos clientes". Se refirió a 2014 como "el año de la simplificación. SAP tiene el compromiso firme

de ofrecer flexibilidad y opciones a los clientes para que puedan decidir cuál es la forma más sencilla de consumir tecnología. Ahora necesitamos vuestro compromiso para alcanzar este objetivo en beneficio de los clientes".



**Luis Murguía**, Senior Vicepresident of General Business and Ecosystem EMEA  
**Ramón Montané**, socio y cofundador de Stratesys

Stratesys ha sido el *partner* que ha conseguido el mayor volumen de negocio de venta indirecta de SAP. Precisamente todos esos éxitos le han valido el Premio a la Excelencia Regional de SAP EMEA en SAP All in One.

## Áreas de innovación, elemento fundamental de 2014

Pilar Martínez Santa María, directora de General Business, Ecosystem&Channels ha destacado que "se han hecho importantes avances en las nuevas áreas de innovación: *cloud*, movilidad y SAP HANA. En *cloud* se han generado proyectos en todas las áreas de la oferta de la compañía, y en SAP HANA han sido sorprendentes los resultados obtenidos en SAP Business Suite on HANA". Martínez Santa María ha animado a seguir trabajando en las áreas de innovación al equipo SAP, argumentado que se trata de "reinventarse para ganar".

Para 2014, además de especializarse en las áreas de innovación, SAP ha animado a sus *partners* a buscar nuevos interlocutores dentro de las organizaciones, a centrarse en *cloud* y a explorar nuevas rutas para llegar al mercado, como son MCaaS y OEM.

# SAP y BMW desarrollan innovadores servicios de movilidad para hacer realidad el coche conectado

El proyecto, presentado en el Mobile World Congress 2014, en Barcelona, ofrecerá servicios personalizados a los conductores según su ubicación y su ruta

Como parte de un proyecto de coinnovación, SAP AG y el Grupo de Investigación y Tecnología de BMW han desarrollado una innovadora infraestructura de tecnología para servicios de movilidad para vehículos. El prototipo de investigación se basa en la plataforma **SAP HANA Cloud Platform** y ofrecerá servicios personalizados a los conductores en función de su ubicación y de la ruta. Esta colaboración permite a SAP dar un paso más para hacer realidad su visión del coche conectado.

La plataforma *cloud* de SAP sirve de enlace entre BMW y socios externos que proporcionan servicios de aparcamiento, repostaje, bebidas y comida, entre otros. La información de esas terceras empresas es agregada en un *marketplace* virtual que, en el futuro, podría permitir a BMW proporcionar a conductores y pasajeros **ofertas personalizadas y contextualizadas** a través del panel de control del coche o de un dispositivo móvil. El *backend* de SAP permite a los proveedores de ser-



vicio ofrecer servicios combinados y crear nuevas ofertas a medida, según las preferencias particulares de conductores y pasajeros. Junto al Grupo de Investigación y Tecnología de BMW, SAP ha desarrollado un prototipo para la **búsqueda de aparcamiento** y el uso de **cupones** para comprar en tiendas. En cuanto al primero, basándose en el perfil del conductor y la localización del vehículo, el sistema ofrece información de un espacio adecuado y próximo al destino del

conductor. También se muestra información relacionada con los precios y la idoneidad del espacio para el vehículo en particular. En el caso del uso de cupones, el conductor recibe información sobre ofertas a partir de su ubicación actual, la ruta seleccionada y sus preferencias personales. La visión de SAP pasa por enriquecer continuamente la experiencia del conductor y proporcionar la comodidad que se espera de un mundo conectado y social.

## SAP conectará operadoras móviles de todo el mundo

En esta línea, asegura los nuevos acuerdos de interoperabilidad *roaming* en redes LTE, con el fin de responder a la elevada demanda de conectividad 4G/LTE. SAP Mobile Services ayuda a las empresas a procesar 1.800 millones de mensajes al día, que abarcan más de 1.000 operadoras y 6.100 millones de suscriptores en 210 países.

## Soluciones líderes para facilitar la creación de apps

Como parte de su compromiso con un ecosistema abierto de *partners* y desarrolladores, SAP América, Inc. anuncia su colaboración con Xamarin y Service2Media para abastecer a los desarrolladores marcos de desarrollo de apps móviles que hagan posible la creación eficiente y rentable sobre la plataforma líder de la compañía SAP Mobile Platform.

## Menos spam gracias a la seguridad de mensajería SAP

La seguridad para mensajería móvil de SAP ayuda a prevenir los ataques de *spam* a través de operadores SAP Mobile Services bloqueando más de 1 millón de mensajes de *spam* al día. En los últimos meses, las nuevas capacidades anti-*spam* del servicio móvil SAP SMS 365 han detectado y eliminado casi 18 millones de *spam* y mensajes dudosos.

# ¿MONTAS PIEZAS O CONDUCES?



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



**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](mailto:customer-spain@realtech.es) · 91 556 00 13



# LA IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN DE DATOS EN TIEMPO REAL

La gestión de datos en tiempo real otorga a las empresas la información necesaria para que los análisis y la operativa de sus herramientas de gestión y de rendimiento mejoren, así como sus operaciones y, en consecuencia, sus resultados.

ción de datos mediante la inversión en nuevas tecnologías y arquitecturas del sistema para apoyar el negocio en tiempo real.

Ahora bien, ¿cómo utilizan hoy las empresas la gestión de datos en tiempo real y por qué es importante para ellas? Éstas son dos de las preguntas clave que trata de responder el estudio *Real-Time Data Management Delivers Faster Insights, Extreme Transaction Processing, And Competitive Advantage*, realizado por Forrester Consulting, que concluye, entre otros aspectos, que la mayoría de compañías coinciden en que la RTDM es crucial para el futuro de su negocio.

El informe, que se llevó a cabo en diciembre de 2012, se basa en 367 entrevistas a informáticos de diferentes compañías. Además, Forrester realizó 10 investigaciones en profundidad a empresas de Estados Unidos y Europa, todas con más de 5.000 empleados, y de sectores tan diversos como servicios financieros, telecomunicaciones, salud, servicios públicos, minoristas, manufactureros y medios de comunicación.

¿Cuáles son los puntos clave de dicho informe? Primero, que **los datos**

Los nuevos paradigmas de la información, como el cruce de datos masivos (*big data*) o el análisis predictivo, pueden ofrecer a las compañías abundantes beneficios. Además de poder tomar decisiones en tiempo real, se espera que estas nuevas soluciones reduzcan los costes, minimicen la complejidad operativa del sistema y mejoren su eficiencia. Los principales retos a los que se enfrentan las compañías que están implementando o desean implementar la gestión de datos en tiempo real (*real time data management*, RTDM, en sus siglas en inglés) son los problemas con la integración de datos, la seguridad, el rendimiento, la escalabilidad y la calidad. Las empresas deben revisar sus estrategias de ges-

**son un activo fundamental en cualquier empresa, pero deben ser de fácil acceso y en tiempo real**, tanto para empleados como para clientes y socios. “No podemos gastar más que nuestros competidores, pero, sin duda, les podemos superar en velocidad con los datos en tiempo real, ésa es nuestra ventaja competitiva”, señala el director informático de una empresa minorista estadounidense citada en el estudio.

La mayoría de las empresas, el 72%, planea implementar RTDM en los próximos dos años. Para las em-



presas encuestadas del sector financiero, minorista, manufacturero y de telecomunicaciones, este aspecto es especialmente relevante. En este sentido, apunta el documento, la mayoría de las organizaciones son conscientes de la importancia de la gestión de datos en tiempo real. Las compañías que ya han dado el paso en esta dirección perciben de inmediato la ventaja competitiva que supone tomar este camino.

El estudio también revela que la **integración de fuentes de datos heterogéneas** es uno de los retos más importantes para las compañías. “Contamos con más de 500 programas y datos almacenados en diferentes bases de datos, así que supone todo un reto integrarlos”, señala el director informático de una compañía minorista estadounidense del informe.

Otra de las conclusiones que arroja el estudio es que el volumen de datos para los programas esenciales de las empresas crece a un ritmo del 50% anual. Del *petabyte* se pasará al *exabyte* en breve. “Nuestros almacenes de datos se están convirtiendo en algo tan grande que cada vez es más difícil extraer la información que necesitamos”, expone un director informático de una organización dedicada a los servicios sociales en EE. UU.

Además, muchas de las compañías han hallado **nuevos casos de utilidad de la gestión de datos en tiempo real**, tales como la mejor detección de fraudes, el análisis de las opiniones de los clientes o el control de stock en tiempo real. Para el 57% de las empresas encuestadas, la falta de una plataforma integral de gestión de datos supone el retraso en la aplicación de nuevas ideas, y ello provoca que informes y análisis se vean aplazados.

Una de las tendencias que recoge el estudio señala que el **autoservicio en la gestión de datos crece rápidamente**. Esto supone acceso directo de clientes y consumidores a la información que necesitan cuando la ne-

cesitan y, además, también se pone de manifiesto que ambos quieren tanto datos estructurados como no estructurados, tales como XML, vídeo o audio, por ejemplo.

**AGILIDAD, VELOCIDAD Y MINIMIZACIÓN DE LA COMPLEJIDAD** Llegados a este punto, conviene preguntarse cuáles son los beneficios de la RTDM. Se trata, indica Forrester tras su investigación, de una plataforma ágil, lo que supone un acceso más rápido a los datos y un apoyo para muchos programas de análisis, incluyendo

“Nuestros almacenes de **datos** se están convirtiendo en algo tan grande que cada vez es más difícil **extraer la información que necesitamos**”

el procesamiento de transacciones extremas. Además, como se ha apuntado, permite integrar datos estructurados y semiestructurados (XML, archivos de texto...), así como no estructurados (vídeo, audio...), y obtener respuestas rápidas a cualquier solicitud de datos, gracias a la tecnología *in-memory* distribuida en diferentes servidores.

La gestión de datos en tiempo real proporciona una visión más rápida del análisis predictivo, mejora el rendimiento, reduce redundancias, automatiza la integración de datos a

través de diferentes fuentes y minimiza la complejidad del sistema.

**LA FALTA DE RTDM OBLIGA A APLAZAR NUEVAS IDEAS** La gestión de datos, además de integración, calidad y administración de datos, también supone fiabilidad, disponibilidad, seguridad y accesibilidad a dichos datos, así como su integración con otra información vinculada a la actividad de la empresa. Sin embargo, la necesidad de gestionar estos datos de modo más ágil y en tiempo real ha puesto de manifiesto el retraso de las compañías en la aplicación de nuevas ideas y perspectivas.

Esto se debe a que, según el informe, los datos en la mayoría de las compañías están demasiado fragmentados. La integración de los diferentes programas usados por las empresas a lo largo de los años se ha convertido en un elemento básico para cualquier organización. No en vano, según el estudio, más del 30% de los datos de una empresa se duplica en programas almacenados y descentralizados.

Asimismo, la **escalabilidad y el rendimiento** siguen siendo temas principales, en gran parte, debido a las cargas de trabajo impredecibles y a un mal diseño de las aplicaciones. “Potencialmente, podemos perder clientes si nuestras aplicaciones no funcionan o no están escaladas”, señala el director informático de una empresa estadounidense de servicios financieros citada en el estudio.

**IMPLEMENTACIÓN DIFÍCIL** La implementación de una plataforma RTDM no es sencilla. En un 38% de los casos, el principal problema se centra en el presupuesto que dedican las compañías a esta cuestión. No obstante, la mayoría espera aumentar su gasto en un sistema para la gestión de datos en tiempo real, en los próximos años, para poder así obtener mayor rapidez y satisfacer las necesidades del negocio. Un 37% de las empresas encuestadas considera que la falta



de experiencia y conocimientos de su personal son un obstáculo a la hora de implementar la gestión de datos en tiempo real. Las soluciones actuales de RTDM permiten, no obstante, poder centrarse en el negocio y no en los desafíos que supone la implementación de una nueva tecnología.

Las compañías también destacan que existe demasiada complejidad en la estructura de las fuentes de datos y echan en falta una mayor comprensión de la asociación de datos estructurados y no estructurados para su integración. Las empresas ponen de relieve, también, la falta de herramientas de gestión de datos en tiempo real y de *management buy-in*, que han obstaculizado la implementación del proyecto RTDM.

**UNA PLATAFORMA ECONÓMICA** Los recientes avances tecnológicos y la reducción de costes de hardware permiten actualmente ofrecer una plataforma económica de gestión de datos en tiempo real para todas las empresas. Por ejemplo, la **tecnología**

## Los **datos**, en la mayoría de compañías, están **fragmentados, duplicados** en programas almacenados y descentralizados

**in-memory distribuida en diferentes servidores** se puede procesar de 10 a 50 veces más rápido que en un disco tradicional, y su distribución ha logrado hacer caer el coste del sistema y crear una *caché* unificada que soporta una arquitectura escalable. Hasta hace poco no era una opción porque era prohibitivamente caro.

Asimismo, la **virtualización de datos** ha logrado integrar diferentes fuentes de datos en tiempo real y casi en tiempo real, que ofrecen hoy nuevas perspectivas. Es compatible con todo tipo de datos: estructurados, semiestructurados y no estructurados. Además, se puede integrar con Hadoop o a fuentes externas, como Facebook o Twitter, por citar algunos. Por último,

permite la implementación de soluciones *big data*, como Hadoop, una iniciativa de código abierto compatible con el procesamiento de datos. El informe recomienda a las empresas, entre otros aspectos destacados, ir paso a paso en la implementación de la gestión de datos en tiempo real. Es decir, empezar con algunos programas, y comprender los metadatos y los requisitos de las aplicaciones, entre otros aspectos. Asimismo, Forrester aconseja implementar las consultas de datos antes que las transacciones y considera muy positivo para el rendimiento y escalabilidad del sistema utilizar adecuadamente la tecnología *in-memory* distribuida en diferentes servidores.



**bdigital**  
 BARCELONA  
 DIGITAL  
 CENTRE  
 TECNOLÒGIC

TECNIO  
TECNOLÒGIC DE CATALUNYA

**Carles Fradera**, director  
 general de Barcelona Digital

## ENTREVISTA

# “El reto es extraer valor de los datos disponibles”

El ‘big data’ crece a un ritmo imparable. Su principal reto es disponer de técnicas, herramientas y tecnología para poder usar todos los datos disponibles y crear, a partir de ellos, nuevos productos y servicios.

Carles Fradera es el director general de Barcelona Digital, centro de tecnología avanzada de la red TECNIO de la Generalitat de Catalunya, especializado en tecnologías digitales aplicadas a salud, seguridad, movilidad, eficiencia energética, alimentación y medio ambiente. Ingeniero superior de telecomunicaciones y diplomado en gestión empresarial, Fradera cuenta con amplia experiencia en el ámbito de la innovación digital y la transferencia tecnológica, con actividad profesional vinculada a la empresa, la universidad (UPF, URL) y la Administración (ACCIÓN). Es miembro del Consejo de AMETIC en Catalunya.

### ¿De qué hablamos cuando hablamos de *big data*?

Como concepto, *big data* hace referencia a datos que exceden la capacidad de proceso, transporte y almacenamiento de las tecnologías utilizadas hasta ahora.

Esto está vinculado a asociar el *big data* a las tres uves: variedad, velocidad y volumen. Tres propiedades que hacen *grandes* los datos.

### ¿De dónde salen estos datos?

Existen tres fuentes principales. Una, los datos generados por la actividad empresarial: los datos privados de las empresas; otra, los datos generados por los ciudadanos: aquellos datos públicos en las redes, y, por último, los datos generados por las propias máquinas: aquellos que provienen de sensores generados por dispositivos.

### Entonces, ¿se prevé un notable crecimiento de datos?

Algunos estudios prevén más de 40.000 millones de máquinas conectadas a internet en 2020, enviando información, especialmente des-

de edificios, vehículos y sistemas de atención sanitaria.

### ¿Quién gestiona todos estos datos?

Debemos diferenciar su doble naturaleza: los datos públicos (*open data*) y los que tienen un propietario concreto. Los públicos pertenecen a la ciudadanía y mayoritariamente los administran las administraciones públicas que, por ley, los tienen que abrir. No se pueden vender y son de uso libre. Los segundos tienen que cumplir la legislación de protección de datos del usuario. Son propiedad, fundamentalmente, de empresas, y los pueden utilizar como consideren, siempre cumpliendo la legislación. Las podrían vender siempre y cuando fuera legal (y en este sentido cada país tiene su propia legislación).

### ¿Qué grado de transformación existe en empresas y gobiernos en la gestión de *big data*?

Los retos del *big data* actualmente los afrontan grandes corporaciones y gobiernos. Ambos se han visto obligados a utilizar tecnologías de datos porque su volumen ha roto la tecnología actual. Nos referimos, por ejemplo, al uso de alternativas a las bases de datos relacionales.

### ¿Ha provocado el *big data* un cambio en la manera de pensar de las máquinas?

Ha supuesto una revolución de las formas clásicas de computación. En este mundo no podemos pensar ya en máquinas individuales, sino en clústeres de máquinas distribuidas.

### ¿Qué nuevos perfiles se pueden generar alrededor del *big data*?

Fundamentalmente, genera dos nuevos perfiles de trabajo: el *data scientist* y el *data engineer*. El primero es un perfil analítico para el estudio del procesamiento de los datos para extraer valor. En cuanto al segundo, se trataría de un perfil técnico para la implementación de las soluciones analíticas utilizando tecnologías *big data*.

### ¿Puede el abaratamiento de costes en la recolección de *big data* convertirse en una oportunidad de negocio para muchas empresas?

El hecho de que las tecnologías de almacenamiento sean más económicas y accesibles está provocando que se acumulen los datos. El principal reto del *big data* será disponer de las herramientas necesarias para ser capaces de extraer valor sobre las colecciones de datos disponibles (y que se incrementan exponencialmente) y a partir de ellas crear nuevos productos y servicios.

### En función del grado de implantación del *big data* en corporaciones y gobiernos, ¿podemos afirmar que mucho del valor que nos puede ofrecer todavía está oculto?

Sí. La mayor parte de los datos que podemos extraer de cualquier sistema siempre ocultarán valor añadido.



“En los próximos cinco años cualquier organización podrá extraer el valor añadido del ‘big data’”

### ¿En qué ámbitos concretos destacaría usted que el *big data* puede ser beneficioso?

Algunos ejemplos del uso de las tecnologías *big data* en el ámbito empresarial serían el análisis del comportamiento histórico de los clientes reales o potenciales de una empresa, para poder predecir sus actuaciones futuras y, de este modo, ofrecerles nuevos productos y servicios más conformes a sus necesidades, o bien reducir inventarios. En el ámbito de las administraciones públicas, el diseño de las políticas y medidas de desarrollo económico, la detección temprana de epidemias y el diseño de las medidas de control serían al-

gunos ejemplos de la importancia de la gestión inteligente y en tiempo real de los datos.

### ¿Cómo ha transformado el *big data* los modelos relacionales sociales?

Desde hace años, se ha utilizado la analítica de datos para la mejor toma de decisiones, pero es ahora, que disponemos de más datos, cuando el análisis toma más valor.

El reto está en encontrar técnicas, herramientas y tecnologías que nos permitan utilizar todos los datos disponibles. Cuando esto es posible, la toma de decisiones sobre cualquier aspecto es más fácil.

### ¿Cómo ve el futuro en este ámbito en los próximos cinco años?

Los retos del *big data* en los últimos cinco años han pasado de ser sólo proyectos de investigación a convertirse en retos empresariales y sociales para empresas y administraciones públicas que gestionan ya un gran volumen de datos.

En los próximos cinco años, el reto de las tres uves se habrá democratizado y cualquier organización tendrá acceso a grandes conjuntos de datos y dispondrá de la tecnología necesaria para gestionarlos y sacar el valor añadido.



## Potencia, ahorro y velocidad con un modelo en la nube

La solución de SAP HANA Enterprise Cloud une la potencia de una plataforma en memoria para la gestión en tiempo real de la información con la simplicidad, la velocidad en la puesta en marcha y el ahorro de costes que proporciona un modelo de despliegue en la nube.

El año 2014 se presenta como un momento clave en la evolución de las tecnologías de la información. Dos tendencias, que no son nuevas, van a alcanzar el grado de madurez necesario para convertirse en el motor de la mayor parte de los proyectos que las organizaciones deben abordar para mejorar su productividad. Estas tendencias son: *cloud computing* y *big data*.

### Cambio en las tecnologías de sistemas de información tradicionales

La proliferación de proyectos alrededor de estas dos áreas de innovación va a impulsar un enorme cambio en los sistemas de información actuales. Las tecnologías basadas en arquitecturas tradicionales no son lo suficientemente potentes y a la vez económicas para dar soporte a los exigentes requerimientos de estos nuevos sistemas.

Algunos de estos requerimientos son:

- **Gran volumen de datos.** Cada día creamos 2,4 trillones de bytes. El 90% de la información actual ha sido creada en los dos últimos años.
- **Acceso a la información en tiempo real.** No sólo en los tiempos de acceso, que en muchos casos no deben superar los segundos, sino también en la posibilidad de acceder a la información justo en el

momento en que se produce. La unión de los mundos transaccionales y analíticos.

- **Simplicidad.** Lo que se conoce en términos empresariales como el *time to market* hace que el tiempo de puesta en marcha de los sistemas de información deba disminuir drásticamente. Es necesario evitar arquitecturas complejas.
- **Disminución de costes.** Estamos en un mercado altamente competitivo. Las empresas no sólo deben proporcionar servicios y productos de forma rápida, sino también a un bajo coste. Esto implica la disminución de gastos en infraestructura hardware, software y servicios asociados.

### La plataforma para la gestión de la información en tiempo real en la nube

Para dar respuesta a estas necesidades, SAP introduce en el mercado su plataforma SAP HANA Enterprise Cloud (conocida también por sus siglas HEC). **SAP HANA Enterprise Cloud** se basa en la ya conocida plataforma de gestión de la información en memoria SAP HANA, que proporciona las funcionalidades más innovadoras para poder trabajar con grandes volúmenes de datos en tiempo real:

Básicamente, SAP HANA Enterprise Cloud usa



## LA RESPUESTA

»»» la misma arquitectura que las versiones de SAP HANA creadas para su instalación en los centros de datos (*on premise*) y, por lo tanto, dispone de la misma potencia y funcionalidad, pero ha sido diseñada para su despliegue en la nube, permitiendo a los clientes poder gestionar en memoria de forma transparente tanto las aplicaciones como los datos que manejan.

La plataforma SAP HANA Enterprise Cloud permite acceder a los datos desde cualquier lugar y canal, sin tener que preocuparse de la administración de la infraestructura

De esta forma, pueden **acceder desde cualquier lugar y canal** sin tener que preocuparse de la administración de la infraestructura, beneficiándose de todas las ventajas que proporciona un modelo *cloud* y unos tiempos de respuesta en tiempo real.

Según las palabras de Vishal Sikka, miembro del Consejo Ejecutivo de SAP para Innovación y Tecnología, en la rueda de prensa mundial para la presentación de la plataforma, este desarrollo es el futuro de la nube, “estamos combinando el poder de SAP HANA y el del *cloud computing* para aportar a nuestros clientes un valor increíble a la hora de acceder a sus datos”.

De momento se han puesto en marcha bajo SAP HANA Enterprise Cloud soluciones como SAP ERP, SAP CRM y SAP NetWeaver Business Warehouse. Asimismo, todos los recursos estarán alojados inicialmente en los centros de datos gestionados por SAP, aunque está previsto que esta oferta se vaya extendiendo también a través de los *partners* seleccionados.

### Valor para el negocio

SAP HANA Enterprise Cloud se engloba dentro de la estrategia global *Cloud* de SAP; de esta forma, pro-

porciona todas las funcionalidades de sus aplicaciones empresariales, pero con la simplicidad, velocidad de implementación y ahorro de costes que proporcionan los despliegues en la nube.

Con esta plataforma, las empresas podrán abordar tanto el despliegue de entornos productivos como no productivos con las siguientes ventajas:

- **Disminución de costes.** No es necesario realizar una inversión inicial en infraestructura o software, es posible ir a un modelo de pago por servicio. Igualmente, se reducen los costes asociados a las labores de mantenimiento típicas en una solución tradicional.
- **Disminución de los tiempos de puesta en marcha.** Esta arquitectura permite abordar nuevas aplicaciones de manera rápida, así como su posterior evolución y mantenimiento.
- **Mayor valor a los sistemas ya existentes.** La plataforma proporciona un acceso simple y eficiente mediante servicios de conectividad *cloud*. Con ello se consigue una integración completa entre los sistemas que tenga el cliente y los despliegues en la nube, pudiendo optar por un modelo híbrido, con aplicaciones desplegadas en los centros de datos y otras en la nube, con intercambio de información entre ellas.
- **Mejora en la productividad del desarrollo.** La forma de acceder a los servicios que proporciona la plataforma es mediante estándares abiertos de programación, con lo que los desarrolladores podrán crear nuevas aplicaciones de forma rápida y sencilla o integrarlas con las que ya están funcionando en modo tradicional en la empresa.

### Valor para los sistemas de información

Desde el punto de vista tecnológico, muchos clientes todavía manifiestan temores y preocupaciones por desplegar aplicaciones y datos en la nube. La mayoría de estas inquietudes están relacionadas con **factores de seguridad y disponibilidad**. Actualmente, las soluciones de *cloud computing* se encuentran ya en un grado

## Funcionalidades de SAP HANA Enterprise Cloud

- Gestión de datos estructurados y no estructurados completamente en memoria con uso de los discos para garantizar la persistencia o para mantener datos no usados frecuentemente (lo que se conoce como *cold data*).
- Almacenamiento por columnas y filas en el mismo sistema para soportar entornos transaccionales y analíticos de forma simultánea.
- Compresión de datos.
- Crecimiento en vertical añadiendo recursos a la misma máquina o en horizontal distribuyendo el proceso y los datos en diferentes nodos.
- Librerías internas para análisis predictivo.
- Integración con lenguaje R.
- Integración con Hadoop.
- Motores de cálculo y planificación.
- Análisis de texto libre con gestión de conceptos.
- Herramientas de movimiento, transformación y carga de la información.

de madurez que permite garantizar todos los aspectos relacionados con la seguridad y disponibilidad que necesitan las aplicaciones críticas de negocio en cualquier organización.

Para ello, SAP HANA Enterprise Cloud soporta todos los **mecanismos estándar de seguridad**, incluyendo ISO 27001, ISAE (International Standard on Assurance Engagements) 3402 y SAS (Statement on Auditing Standards) 70 Type II.

Otro aspecto que tiene especial importancia para el éxito de este tipo de plataformas en la nube es el poder **garantizar la disponibilidad del servicio**. Es por ello por lo que SAP HANA Enterprise Cloud incluye también servicios asociados tanto a la puesta en marcha como al posterior mantenimiento y evolución del proyecto o la aplicación.

Una vez puesto en marcha el sistema, desde el portal de acceso a la plataforma se puede gestionar y comprobar todos los parámetros de funcionamiento del sistema (tanto por ciento de disponibilidad, incidencias por periodos de tiempo, rendimiento, uso, etc.).

Otro de los aspectos que preocupan a los responsables de implementar este tipo de arquitecturas en la nube es cómo **integrarlas con los sistemas ya en funcionamiento** en los centros de datos locales. Para ello, SAP HANA Enterprise Cloud garantiza todos los mecanismos de conectividad necesarios, tanto a nivel físico (sistemas de comunicación de alta velocidad y seguridad) como a nivel lógico (módulos de integración que incluyen herramientas de movimiento, transformación y carga, conectores estándares, acceso a los sistemas de autenticación corporativos, etc.).

Por último, la escalabilidad está garantizada gracias a los **mecanismos de crecimiento horizontal** (en diferentes máquinas) o **vertical** (en recursos de la misma máquina) que proporciona la propia tecnología de SAP HANA. Esto permite a los directores de sistemas de información focalizarse en los beneficios que proporciona la solución a la organización sin tener que preocuparse de los límites en almacenamiento o capacidad de proceso.

## En funcionamiento

Uno de los primeros clientes en poner en marcha SAP HANA Enterprise Cloud fue Florida Crystals Corporation, una de las mayores empresas de Estados Unidos de la industria azucarera. Florida Crystals gestiona todo el ciclo del azúcar, desde su generación hasta su distribución. Para ello, dispone de 185.000 hectáreas de cultivo, dos fábricas, una refinería y un centro de envasado y distribución. Su expansión le ha llevado a ser una de las mayores refinerías de azúcar del mundo, con una producción de 7 millones de toneladas anuales.

Mantener esta posición de liderazgo suponía mejorar los procesos críticos del negocio, así como realizar



innovaciones de la manera más rápida y segura posible. Esto hizo que el CIO viese una oportunidad en SAP HANA Enterprise Cloud para acelerar los procesos de misión crítica y focalizar a los empleados en un trabajo de calidad, en lugar de tener que esperar a los procesos batch nocturnos o desarrollar procesos alternativos basados en Excel.

La migración a la nube se realizó en un tiempo récord, menos de tres días. Comenzó un viernes por la tarde y el lunes por la mañana todos los procesos estaban funcionando en su modo habitual sin problemas. Con el cambio, los procesos de gestión de las cuentas pendientes por pagar doblaron su velocidad, los informes del centro de costes pasaron a tardar milisegundos, programas que se ejecutaban durante horas acababan en minutos y el cierre de mes, que tradicionalmente necesitaba tres días, ahora se realiza en horas. En resumen, la mayor parte de los procesos se mejoraron entre el 50 y el 500%.

**Arturo Gutiérrez**, Presales Senior Specialist,  
SAP Database and Technology

---

### Más información:

[www.saphana.com/community/about-hana/deployment-options/sap-hana-enterprise-cloud](http://www.saphana.com/community/about-hana/deployment-options/sap-hana-enterprise-cloud) (SAP HANA Enterprise Cloud)

[www.youtube.com/watch?v=DpugeTpg21Q](https://www.youtube.com/watch?v=DpugeTpg21Q) (testimonio de Florida Crystals)

ଅମୃତ ଅମୃତ



ଅମୃତ ଅମୃତ



# Recomendaciones para emprender el camino hacia SAP HANA

Para que el camino hacia la SAP Business Suite on HANA sea lo más sencillo y rápido posible, y con el objetivo de poder identificar las grandes innovaciones que aporta SAP HANA, hemos creado una serie de servicios, incluidos en el mantenimiento, que dan soporte a los clientes que quieren dar este paso.

Dentro del Enterprise Support hay servicios para optimizar el tamaño de la base de datos, para monitorizar los sistemas y los procesos de negocio, pudiendo crear alertas que nos ayudan a mantener el sistema con la calidad exigida. Del mismo modo, tenemos formación para poder entender las principales ventajas de HANA y sobre cómo aprovechar el SAP Solution Manager para gestionar esta plataforma de la forma más óptima.

Pero nos vamos a centrar en un servicio que nos permite identificar el impacto que supondría HANA en nuestros procesos de negocio.

El servicio **Business Scenario Recommendation** nos identificará los nuevos escenarios de negocio que mejorarían los procesos que actualmente hay implementados en el ERP, identificando también los escenarios que se ejecutan no sólo en el SAP ERP, sino también en otros componentes de la SAP Business Suite. La información que nos aportará el resultado de este estudio es:

- Recomendaciones guiadas basándose en el uso actual del entorno de productivo.
- Específico de industria con foco en LOB.
- Contexto del negocio, drivers de valor e innovaciones.
- Demos, test drives.
- Herramientas de implementación y guías.

Esta información nos permitirá evaluar SAP Business Suite on HANA desde una perspectiva de negocio.

## Business Expertise Tool

Para nuevos clientes que todavía no tienen un entorno SAP ERP en sus instalaciones, pero que están evaluando su instalación, hemos creado un informe hermano de este, llamado Business Expertise Tool, que identifica los escenarios más interesantes para la industria específica del cliente, explicando el valor que aportaría a los procesos específicos de esa industria. Para solicitar este informe hay que acceder a la dirección [www.sap.com/campaigns/2013\\_07\\_hana\\_nnn/index.epx](http://www.sap.com/campaigns/2013_07_hana_nnn/index.epx), y hacer clic a *Get your Sample Report*: le solicitarán los mismos datos que para el Business Scenario Recommendation, pero sin necesidad de adjuntar ningún archivo en el proceso de registro. Recibirá un correo con el resultado del Business Expertise Tool para su industria.

## 1. SERVICIO DE SOLICITUD

El proceso de solicitud de este servicio es muy sencillo: hay que acceder a <http://suiteonhana.com>, seleccionar el idioma, en la parte superior derecha, y hacer clic donde pone *Marcar para solicitar sus recomendaciones sobre el escenario empresariales*, justo en la parte inferior izquierda de la página web.

En la siguiente pantalla, deberá rellenar:

- Datos del país: indique el país en el que reside, así como la ciudad donde está basada su compañía.
- Información sobre la persona que solicita el estudio.
- Información sobre la compañía que solicita el estudio.
- Información sobre el sistema sobre el que se realiza el estudio.
- Finalmente, deberá adjuntar las transacciones que se ejecutan en el entorno productivo evaluado: el proceso es muy sencillo, y en la página hay un *link* al documento que explica el proceso que hay que seguir paso a paso.

## 2. RECOMENDACIONES DE ESCENARIOS DE NEGOCIO

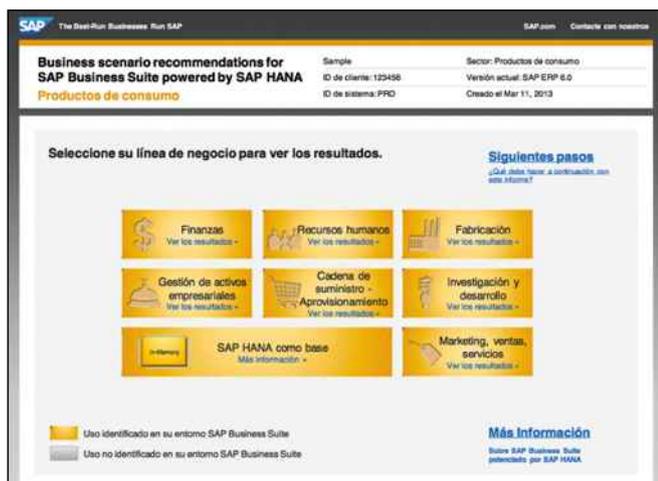
Una vez realizados todos estos pasos, haga clic en el botón *Enviar* y recibirá un correo indicándole que ha solicitado el **Business Scenario Recommendations** para el sistema que ha introducido en el formulario, y que, en un plazo aproximado de 5 - 6 días, recibirá el informe.

Siempre que es posible, organizamos una reunión con el cliente para explicar los escenarios más importantes

que han sido identificados en el informe y resolver las dudas que queden al respecto.

¿Qué es lo que recibirá en su correo electrónico? Recibirá un correo con un PDF adjunto y un *link* a la explicación, paso a paso, de cómo usar/evaluar el informe. Este informe, en formato PDF, está preparado para poder consultarlo usando un iPad o cualquier tableta o *smartphone*.

## 3. IDENTIFICACIÓN DE LAS ÁREAS Y LOS ESCENARIOS



A grandes rasgos, el PDF contiene los siguientes datos:

- Página 2: **identificación de las áreas** en las cuales hemos detectado escenarios de HANA que aceleran las transacciones actualmente usadas en el entorno de productivo. Las áreas que aparecen en dorado son aquellas para las que hemos detectado algún escenario que acelera las transacciones enviadas; las áreas que aparecen en gris son aquellas para las que no hemos

Área de la solución	Escenario empresarial	Relevancia*	Transacciones que mejoran	Detalles
Contabilidad y cierre financiero	Gestión del rendimiento financiero en tiempo real	100 %	12	Información detallada
Contabilidad y cierre financiero	Cierre financiero rápido	82 %	8	Información detallada
Contabilidad y cierre financiero	SAP CO-PA Accelerator	56 %	4	Información detallada
Contabilidad y cierre financiero	SAP Financial And Controlling Accelerator	47 %	3	Información detallada
Varitas aplicaciones	SAP ERP para informes operativos - Finanzas	47 %	4	Información detallada
Gest. de deudores y acreedores	Gestión de deudores eficiente	38 %	3	Información detallada
Gest. de deudores y acreedores	Gestión de acreedores eficiente	20 %	1	Información detallada
Riesgos empresariales y cumplimiento regulatorio	Análisis de roles de control de acceso	Recomendado**	1	Información detallada
Riesgos empresariales y cumplimiento regulatorio	Pruebas automatizadas en varios sistemas	Recomendado**	1	Información detallada

detectado ningún escenario que evolucione las transacciones usadas actualmente por el cliente.

- Esta página del PDF es navegable, lo que permite saltar a los escenarios específicos de cada área directamente, haciendo clic en cada botón dorado.
- En la página 3 del informe, podemos consultar un **resumen con los escenarios** para los cuales SAP ha detectado mayor relevancia para el sistema evaluado.

# stratesys

especialistas e innovadores en tecnología SAP



## stratesys drives SAP

guiamos el uso de la tecnología  
en sus procesos de negocio

calidad



excelencia



innovación



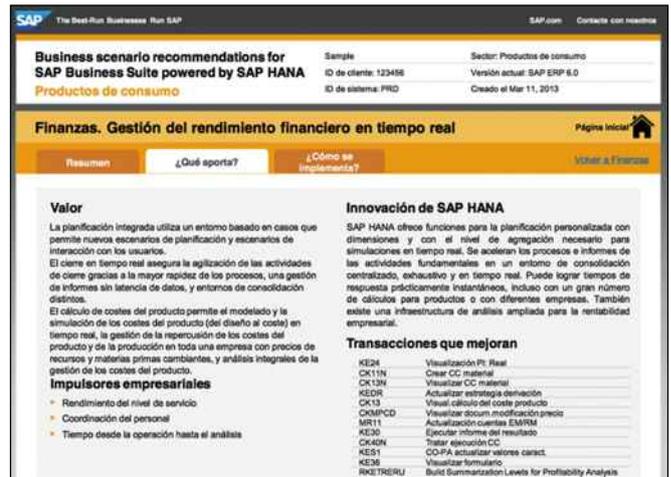
[www.stratesys-ts.com](http://www.stratesys-ts.com)

[@stratesys](https://twitter.com/stratesys)



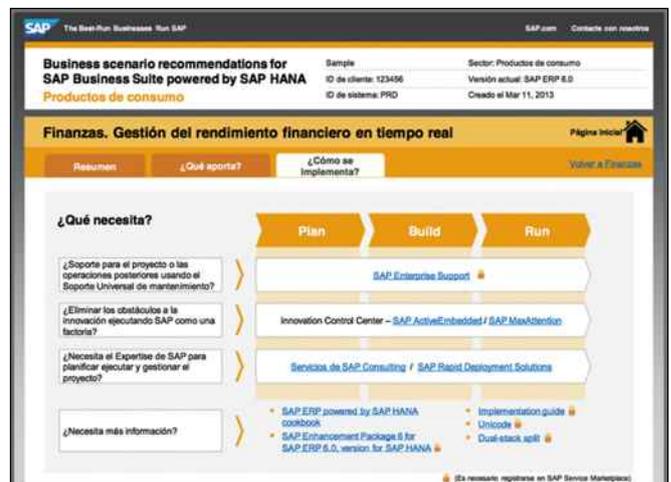
BRASIL | CHINA | COLOMBIA | ESPAÑA | MÉXICO | PORTUGAL | USA

## 4. INFORMACIÓN



La relevancia se calcula a partir de la mejora previsible en las transacciones identificadas en el escenario, así como del número de transacciones en cada escenario.

- Para acceder a la **información detallada de cada uno de los escenarios**, haga clic en el *link Información detallada*, donde podrá ver un resumen que muestra las principales características de este escenario, así como los puntos clave, el contexto empresarial y los retos, haciendo clic en *¿Qué aporta?*.
- En esta parte, podrá revisar el valor que aporta el escenario al proceso de negocio, así como los impulsores empresariales, la innovación que supone HANA y el listado de las transacciones actualmente ejecutadas en el entorno de productivo del cliente, con un rendimiento muy superior en este escenario empresarial.
- Finalmente, en cada escenario habrá una sección de **cómo se implementa**, con un *link* para conocer todos los servicios, formación y herramientas incluidas en el Enterprise Support, que son muy útiles para afrontar la



- implementación de HANA con mucha más seguridad y reduciendo los costes de implementación.
- Así mismo, también hay *links* a servicios de SAP Consultoría, Servicios Premium de SAP AGS y *links* a apartados técnicos de la migración a SAP HANA.

### ¿Y QUÉ MÁS?

Siguiendo en esta línea de ayudar a la innovación de nuestros clientes, pero con un enfoque funcional, tenéis disponible el SAP Business Function Prediction, estudio similar al Business Scenario Recommendation, que identifica la nueva funcionalidad disponible en los últimos Enhancement Packages de SAP ERP que son relevantes para cada cliente y sistema, basándonos en las transacciones ejecutadas en el entorno de productivo evaluado. Para solicitar este estudio sólo debe acceder al *link* <http://service.sap.com/bfp>.

David Yáñez

SAP Business Suite and Enterprise Support Adoption  
MGTM Solution Management  
david.yanez@sap.com

### ¿Y para el futuro?

Desde el Area de Mantenimiento Solution Management de SAP siempre estamos buscamos dónde podemos ayudar a nuestros clientes a innovar, y estamos trabajando para dar más facilidades en el paso al cloud y las soluciones de movilidad. Permanezca atento

Suponer menos. Saber más.  
Analytics. Conseguido.

Alto rendimiento. Hecho realidad.

El conocimiento es esencial. Pero no sirve de mucho si no se sabe cómo aplicarlo. En Accenture ayudamos a nuestros clientes a utilizar analytics para convertir los datos en estrategias, las estrategias en acciones y las acciones en resultados tangibles. Eso es alto rendimiento, hecho realidad.

consultoría | tecnología | outsourcing

  
accenture

# Incrementar beneficios, eficiencia y clientes

Gracias a la fusión entre anticipación, necesidades y ejecución, todo ello de forma inmediata, las empresas pueden ofrecer a sus clientes un producto competitivo y adecuado a sus necesidades en el momento preciso.

Carmen es una brillante ejecutiva de una importante empresa que fabrica y distribuye material eléctrico. Su objetivo es elaborar el plan estratégico que permitirá relanzar la compañía y recuperar la cuota de mercado perdida ante los principales competidores.

Hoy tiene que presentar al CEO de la empresa, Hugo, un alemán obsesionado con el control y, al mismo tiempo, con la innovación, dicho plan, que está basado en tres pilares:

**1. Incrementar el beneficio:** maximizar ingresos y reducir costes sin poner en riesgo la operación de la empresa.

**2. Captar y retener clientes** en todas las líneas de negocio: el producto adecuado al cliente apropiado en el momento oportuno en el canal preciso.

**3. Mejorar la eficiencia** en la cadena de suministro: reducir el inventario ajustando la producción a la demanda y controlando la cadena de suministro.

Carmen conoce bien a Hugo y sabe que espera que el plan sea no sólo viable desde el punto de vista de negocio, sino también factible desde el punto de vista tecno-

lógico. Es la hora; Carmen entra en el despacho de Hugo y desglosa las líneas maestras de su plan estratégico:

## Incrementar el beneficio

Debemos encontrar el punto de equilibrio para asegurar una financiación interna que nos permita conseguir los máximos beneficios aprovechando los recursos que tenemos a fecha de hoy. Para ello, necesitamos entender qué tenemos y qué no para poder tomar decisiones estratégicas que nos permitan asegurar la mayor rentabilidad a *men or coste*.

Su misión es proteger de riesgos a la compañía con una visión global de la estrategia del negocio junto con la consecución de los resultados.

- Necesitamos poder realizar presupuestos, previsiones o analizar rentabilidad con el suficiente dinamismo para poder reaccionar ante hechos distorsionantes.
- Debemos gestionar la liquidez, la previsión de entrada y salida de capitales de tal forma que podamos asegurar el ritmo de crecimiento.

Por todo esto, necesitamos herramientas que nos permitan acceder a estos datos en tiempo real y reaccio-



nar a nuestro entorno con la agilidad suficiente.

Afortunadamente, SAP Business Suite on HANA y, más específicamente, sus capacidades de análisis en tiempo real de todos los datos existentes en nuestro ERP

financiero nos permite, entre otras cosas:

- **Realizar un seguimiento del periodo medio de cobro y pago de nuestros terceros en tiempo real**, de manera que cualquier registro de nuevas facturas, pagos y cobros se refleja de forma automática en nuestros informes y nos permite contactar con aquellos terceros que nos permitan mantener un equilibrio de caja saludable.

**Las empresas deben apostar por el don de la oportunidad: unir visión y ejecución, ofrecer lo adecuado al cliente apropiado en el momento oportuno**

- **Entender la situación de nuestra financiación interna**, obtener información en tiempo real y de forma muy visual sobre la situación de nuestra financiación.

- **Determinar las facturas que tenemos pendientes de recibir y reclamarlas** de una forma proactiva a nuestros proveedores para entender, de una forma ágil, las futuras cargas a las que tenemos que hacer frente.
- **Integrar los datos presupuestados** en SAP Business Planning and Consolidation en nuestro ERP de forma nativa, ambos utilizando la misma base de datos.

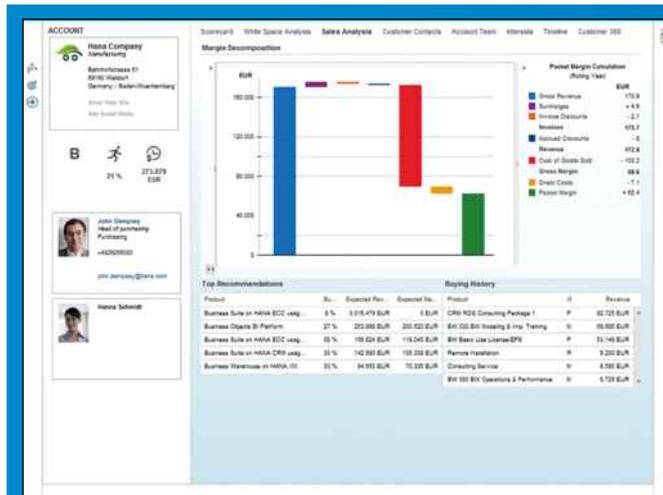


Fig. 1. Rentabilidad de un cliente, patrón de compras y recomendaciones de productos propuestas

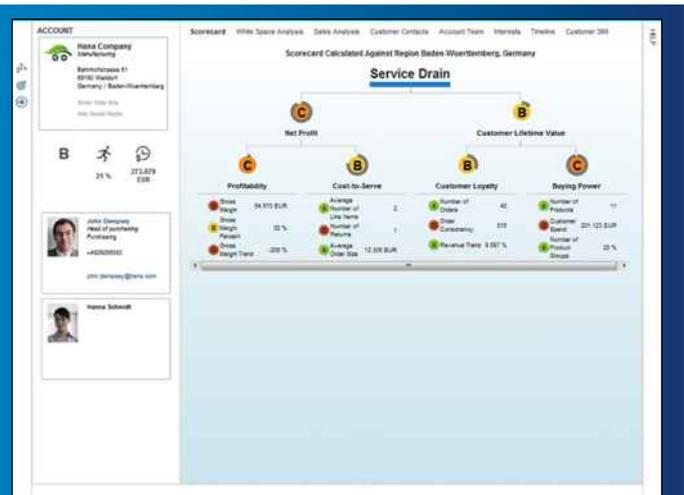


Fig. 2. Valoración del cliente según indicadores clave de rentabilidad, coste del servicio y su propio ciclo de vida

### Captar y retener clientes en todas las líneas de negocio

Vivimos en un mundo conectado en el que los clientes, a través de los smartphones, tienen prácticamente el don de la ubicuidad, ya que pueden navegar fácilmente por nuestra página web, llamar a nuestro contact center, enviarnos correos e interactuar a través de las redes sociales influenciando en potenciales clientes. Los clientes están más informados que nunca, tie-

Una de las ventajas competitivas de SAP Business Suite on HANA es que posee potentes algoritmos para extraer el máximo valor y conocimiento del 'big data'

nen todas las facilidades para elegir y la elección será aquella que sea más relevante: por contenido y porque llega en el momento adecuado.

Al don de la ubicuidad de los clientes, debemos responder con el **don de la oportunidad**: ofreciendo lo adecuado al cliente apropiado en el momento oportuno; es decir, debemos unir visión y ejecución.

**Unir visión y ejecución** sólo es posible si se gestiona en tiempo real, lo cual es mucho más que la inmediatez de las operaciones. SAP Business Suite on HANA, además de la inmediatez, nos permite:

- Analizar todo tipo de información:
  - > La estructurada de las transacciones que conforman el histórico del cliente.
  - > La no estructurada de las opiniones y comentarios escritos en foros, webs, redes sociales, etc., gracias a su capacidad de extracción de entidades y análisis semántico basado en la técnica de procesamiento natural del lenguaje.

> Y el estudio de todo ello a lo largo del tiempo para encontrar patrones de comportamiento gracias a sus algoritmos de minería de datos predefinidos (clustering, árboles de decisión, tablas ponderadas, etc.) y definir perfiles de clientes más detallados. (Fig. 1 y 2)

- Basándonos en el análisis anterior y en los patrones de comportamiento detectados, podemos encontrar los momentos adecuados para ofrecer nuestros productos. La auténtica inteligencia no está en saber qué productos se pueden vender a cada cliente, ya que, en muchos casos, potencialmente los podríamos vender todos, sino en definir los momentos más adecuados para vender cada producto.

HANA ofrece el HANA Decision Framework para definir las condiciones óptimas en las que posicionar un producto / servicio concreto según el perfil del cliente, experiencias pasadas, canal de interacción y contexto de la misma.

- Para completar el círculo, toda esta inteligencia tiene que estar disponible en todos los canales para que, con independencia del que elija el cliente, nosotros tengamos el don de la oportunidad y podamos transformar un contacto en una oportunidad de venta o, como mínimo, en una oportunidad de conocer mejor a nuestros clientes para ser más precisos y relevantes en futuros contactos. Con SAP Business Suite on HANA, toda esta información está disponible para nuestros comerciales, usando sus dispositivos móviles, nuestros agentes del contact center o nuestros clientes, a través de la web.

### Mejorar la eficiencia de la cadena de suministro

Toda nuestra operativa interna debe desarrollarse sin errores ni fisuras. Para ello, debemos trabajar en tres líneas maestras:

- Reducir los niveles de inventario y eliminar por



**completo las roturas de stock:** debemos tener total visibilidad del inventario en tiempo real, controlando las entradas y salidas de mercancía, así como todos los movimientos internos. El ahorro de costes puede ser significativo y mejorará claramente nuestras finanzas.

- **Ajustar la producción a la demanda:** debemos equilibrar la producción con la demanda y adaptarnos rápidamente a sus cambios, por lo que el planificador de recursos (MRP) tiene que ejecutarse muy rápidamente tantas veces como sea necesario en un mismo día, para tomar siempre las mejores decisiones.
- **Control de toda la logística,** tanto de compras como de ventas: debemos saber en todo momento dónde se encuentra cada pedido, cuándo llegará y, en caso de retraso, por ejemplo, en la recepción de un pedido de compras, qué clientes se verían afectados y alternativas posibles para servirles en el menor tiempo posible. Toda automatización de pedidos de compras con los proveedores que cumplen nuestros estándares contribuirá de forma significativa a esta eficiencia de la cadena de suministro.

**Iguácel Ordejón**, experta en Soluciones Financieras, y **Rubén Cid**, responsable de Soluciones Customer Centric en SAP

## ¿Qué tiene de especial SAP Business Suite on HANA?

A modo de resumen, comentar que SAP Business Suite on HANA ofrece las siguientes ventajas competitivas:

- Una visión completa, única y en tiempo real de toda la operativa, interna y con clientes, gracias a la obtención de un *reporting* detallado más rápido, para el que no son necesarios ni índices ni agregados previos.
- Posee potentes algoritmos para extraer el máximo valor y conocimiento del *big data*.
- Está basado en estándares que permiten gestionar todo tipo de información en todo tipo de dispositivos.
- En cuanto a aceleración, permite realizar procesos *batch* de una forma más rápida, e incluso permite que los procesos se realicen *online*, gracias a las mejoras de rendimiento, las nuevas transacciones aceleradas y la mejora de las existentes.

# Más funcionalidad en menos tiempo

**SAP HANA Live permite optimizar la operativa de cualquier organización empresarial al mejorar la capacidad de análisis y la creación de informes a partir de la gestión de las bases de datos en tiempo real. De este modo se aumenta la efectividad y se mejoran los resultados.**

Uno de los aspectos más destacados de los últimos tiempos en diferentes sectores empresariales es la ingente cantidad de datos que las diferentes organizaciones generan con su actividad. Las tecnologías emergentes, el *big data*, el uso generalizado de smartphones, las redes sociales y todo aquello que vive en la nube origina enormes cantidades de información que no sólo es útil, sino también vital para cualquier negocio.

Todos estos datos suponen una gran oportunidad para que las empresas logren captar nuevos clientes, así como dominar sus mercados –u otros nuevos– tanto a escala local como global. SAP HANA Live proporciona la calidad de análisis y generación de informes para el SAP Business Suite que permite aprovechar esta oportunidad. SAP HANA Live permite informes operativos en tiempo real en la suite del sistema HANA sin ningún tipo de redundancia o latencia, y puede ser implementada junto al SAP Business Suite ya existente.

## **Para todos los sectores empresariales**

Lanzado por primera vez en diciembre de 2012, **SAP HANA Live** ofrecía inicialmente más de 900 vistas para diferentes áreas, como ERP, CRM, SCM, GTS y GRC. En mayo de 2013, se hizo público el **Support Package Stack 02**, al que se le añadió contenido adicional para proporcionar más y mejores soluciones en la creación de informes para las organizaciones empresariales.

SAP HANA Live es abierto, intuitivo, rápido y ampliable a otros usuarios implicados en el negocio, lo que reduce de manera significativa todos aquellos procesos que se realizan para proporcionar información a todos los usuarios en una organización empresarial. Los protocolos estándar y los modelos de datos ayudan a **facilitar la tarea de los departamentos informáticos** en las empresas en el momento de implementar y proporcionar dicha información, y también para realizar mejoras en los modelos en cualquier momento.





SAP HANA Live es abierto, intuitivo, rápido y ampliable a otros usuarios implicados en el negocio, lo que reduce todos aquellos procesos que se realizan para proporcionar información a todos los usuarios

SAP HANA Live ofrece la posibilidad de acceder cómodamente a diferentes **análisis simultáneos** y con vistas personalizadas para los diferentes clientes. La plataforma SAP HANA Live es también una oportunidad para la **creación de nuevos tipos de aplicaciones** en tiempo real para las empresas. SAP proporciona la única suite de aplicaciones empresariales que unifica análisis y transacciones en una sola plataforma *in-memory* para innovación en la empresa, con procesos más rápidos y sencillos para el negocio y sus interacciones.

### Ventajas para la organización

¿Qué otras ventajas puede obtener una organización empresarial con SAP HANA Live? Por un lado, con el análisis de capital de trabajo de SAP, cualquier negocio puede explorar la **gestión de su capital** de trabajo directamente, de forma interactiva y a gran velocidad. Asimismo, otro de los aspectos destacables para el usuario es la **rápida visión general** de los indicadores más importantes para el negocio, tales como el ciclo de conversión en efectivo o las ventas pendientes del

día a lo largo del ciclo operativo. Además, SAP HANA Live permite una **adecuada planificación** en tiempo real mediante el Centro de Información de SAP

de la cadena de suministro. En este sentido, se logra optimizar y obtener un análisis altamente avanzado que transforma la planificación de la oferta y la demanda en datos analíticos elaborados. Con SAP HANA Live, los usuarios pueden realizar **informes y análisis operacionales en tiempo real** de grandes cantidades de datos en el ERP, el CRM y en otras aplicaciones de la suite de negocios de SAP. Es el punto de partida perfecto para llevar las innovaciones de su empresa al siguiente nivel. Y todo ello sin interrupciones.

### Para todos los sectores empresariales

Una de las preguntas recurrentes entre todos aquellos interesados en este tipo de operativas es si SAP HANA puede utilizarse en cualquier tipo de organización empresarial. La respuesta es sí. SAP HANA Live puede enriquecerse fácilmente de datos que no son SAP y, además, **puede incluir personalizaciones**. Obviamente, cuando se personalizan estándares de SAP también son aplicables en SAP HANA Live, con el



SAP HANA Live puede enriquecerse fácilmente de datos que no son SAP y, además, puede incluir personalizaciones

objetivo de evitar sobreescritura durante actualizaciones o parches.

### Gestión de facturas

De entre las numerosas ventajas que ofrece SAP HANA Live, la **gestión y liquidación de las facturas** se convierte en una tarea más sencilla con el sistema de recepción de factura de SAP. Algo así como ver todas las facturas pendientes con vendedores y proveedores en un solo lugar y, además, poder priorizar entre proveedores, cuentas, periodos o precios. Esta aplicación permite mejorar el proceso de aclaración de facturas y evita el pago de facturas injustificadas. Además, el usuario puede **recuperar rápidamente** los historiales de compra, los recibos a proveedores y los datos de contacto, convirtiendo un trabajo laborioso en una sencilla tarea en pocos pasos. Por último, además, y de un solo vistazo, se pueden detectar las discrepancias en facturación que pudieran ocasionarse con la actividad del negocio. ■



an NTT DATA Company

Más del 50% de los empleados, en Europa, trabajan con **dispositivos móviles.**

Por eso, trabajamos junto con **SAP** para ofrecer las mejores **soluciones de movilidad.**

Consulting, IT & Outsourcing  
Professional Services

everis.com

## Negocios en tiempo real

### La transformación de la empresa gracias a la innovación tecnológica

Entre los principales desafíos a los que se enfrentan organizaciones de cualquier tamaño y sector, se encuentra la gestión y el análisis de altísimos volúmenes de datos, aprovechando esa información para mejorar sus resultados:

> **Las empresas deben** actuar más rápido que nunca para mantenerse a la vanguardia de la competencia.

> **Los departamentos TI** deben gestionar los altos costes asociados a la compra y mantenimiento de hardware necesaria para dar cabida a los crecientes volúmenes de datos.

> **Los usuarios necesitan** acceso inmediato a la información de negocio para poder reaccionar rápidamente a las cambiantes condiciones del mercado.

> **De acuerdo al Programa** de Benchmarking SAP, ocho de cada diez ejecutivos piensan que el disponer de acceso a la información correcta en el momento oportuno resulta crítico para el éxito de sus negocios.

Para muchas industrias (especialmente los servicios financieros, el comercio minorista, las telecomunicaciones y el sector público), la cantidad de datos que se genera de

forma constante es absolutamente abrumadora. Al mismo tiempo, se están reduciendo las ventanas de tiempo para capturar las oportunidades de negocio que proporciona el análisis de la información.

Para acelerar la transición hacia una empresa en tiempo real, se necesita una solución integral que pueda procesar enormes cantidades de datos en tiempo real, pudiendo asimismo modelar escenarios complejos y generar resultados procesables por ejecutivos y usuarios de negocio que toman las decisiones.

#### TRANSFORME SU NEGOCIO

Durante 40 años, las innovaciones de software de SAP han transformado empresas en todo el mundo. Nuestra última generación de tecnología permite a las compañías tomar mejores decisiones de forma más rápida. Construida sobre un proceso abierto, la plataforma en memoria SAP HANA es capaz de gestionar la carga de trabajo transaccional y analítica simultáneamente, y así las empresas pueden operar en tiempo real por primera vez.

La capacidad de una empresa para transformarse resulta imprescindible para el mantenimiento de una ventaja competitiva sostenible. Hoy en día, las empresas necesitan ciclos de innovación más rápidos, debido a que sus precios y márgenes se encuentran bajo constante presión, por lo que aquellas empresas que sean capaces de adaptarse rápidamente a las cambiantes condiciones

### Principales capacidades ofrecidas por SAP HANA

> **Plataforma en tiempo real:** plataforma abierta y en memoria que combina cargas de trabajo transaccionales y analíticas para obtener información en tiempo real y una gestión de datos eficiente.

> **Aplicaciones en tiempo real:** aplicaciones construidas sobre la plataforma SAP HANA, que proporcionan en tiempo real conocimientos accionables sobre la información *big data* y que permiten obtener un profundo conocimiento del negocio.

> **Desarrollo de aplicaciones más rápido:** proporciona un entorno ágil de desarrollo de aplicaciones en memoria para crear una nueva clase de aplicaciones innovadoras que transformen y optimicen el funcionamiento de la empresa.

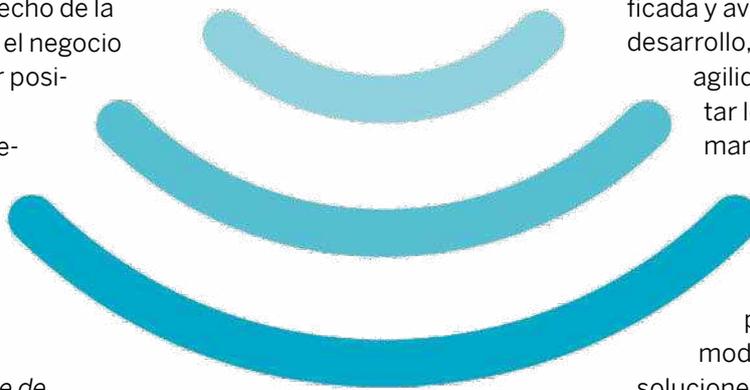
> **Analítica avanzada:** identifica oportunidades y riesgos ocultos en grandes cantidades de datos en tiempo real, con modelos de predicción y visualización avanzada de información que resultan sencillos de manejar para los usuarios de negocio.



del mercado y sacar provecho de la innovación para impulsar el negocio se encuentran en la mejor posición para tener éxito.

Algunos ejemplos de beneficios obtenidos por nuestros clientes:

- > **Reducción del 64%** del tiempo necesario para abrir una cuenta móvil. *Fuente: Standard Bank (banco más grande de Sudáfrica).*
- > **Ingresos incrementales** de \$4M gracias a oportunidades identificadas para incrementar el número de productos por cliente. *Fuente: ATB Financial (mayor institución financiera de Alberta, Canadá).*
- > **Reducción del coste de TI** en un 60%. *Fuente: Alliander (mayor empresa de energía de Holanda).*
- > **Análisis de información** 15.000x veces más rápido. *Fuente: Provimi (líder en soluciones de nutrición de animales).*
- > **500 indicadores analizados** para identificar valoraciones positivas de vendedores con un 100% de precisión y una confianza del 97%. *Fuente: Ebay.*
- > **Generación de informes** de negocio 20-30x veces más rápido. *Fuente: Nongfu Spring Co. Ltd. (mayor empresa de agua potable de China).*



**La plataforma en memoria SAP HANA es capaz de gestionar la carga de trabajo transaccional y analítica simultáneamente**

- > **Análisis de ADN** 216 veces más rápido (de 2-3 días a 20 minutos). *Fuente: Mitsui Knowledge (empresa líder en soluciones de ciencias biológicas).*
- > **ROI promedio superior** al 900% de las organizaciones que invierten en plataformas de análisis. *Fuente: Nucleus Research.*

**IMPULSAR LA INNOVACIÓN Y LA AGILIDAD REDUCIENDO COSTES**  
Gracias a una configuración simpli-

ficada y avanzadas plataformas de desarrollo, la nube proporciona la agilidad necesaria para adaptar los procesos de negocio y mantenerse por delante de la competencia. La nube ofrece flexibilidad y diversas opciones de implementación (nube pública, nube privada o un modelo híbrido que combina soluciones nube y *on-premise*). De acuerdo a predicciones de los servicios de investigación de IDC, el gasto empresarial en la nube será, en el año 2014, superior a los 100.000 millones de dólares, experimentando un crecimiento anual superior al 25%. SAP ya ofrece un conjunto completo de soluciones en la nube, incluyendo la plataforma en la nube SAP HANA, que permite construir nuevas aplicaciones o ampliar y personalizar las ya existentes con servicios administrados y basados en suscripción.

**Alfonso Navío**

Industry Value  
Engineering EMEA  
Financial Services SAP

# EXPERIENCIAS

FCC ■ MARTÍNEZ CANO ■ REVLON ■ AZKAR ■ ITP

## Mejorar el rendimiento, ahorrar costes y dar mejor servicio



### ORGANIZACIÓN

FCC

### SECTOR

Servicios, energía e infraestructuras

### PRODUCTOS Y SERVICIOS

Servicios medioambientales e infraestructuras

### WEB

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

### SOLUCIONES Y SERVICIOS SAP

- SAP BI
- SAP BPC
- SAP HANA

### PARTNER

Stratesys

La diversificación ha permitido a **FCC** ofrecer un servicio global al ciudadano, desde la prestación de servicios a la comunidad y el desarrollo de obras de infraestructura, hasta el impulso de las energías renovables, desarrollando sus tres líneas de negocio.

FCC ha trabajado, desde su creación, en 1992, para llegar a ser una compañía que proporciona servicios ciudadanos de calidad. Su actividad se vertebra en tres grandes líneas que responden a un modelo de negocio equilibrado: infraestructuras, que desarrolla su labor dentro del marco de la construcción y de la actividad industrial; servicios medioambientales y ciudadanos, y energía, la línea de actividad en proceso de consolidación que genera negocio en el entorno de la energía renovable.

### Innovación y homogeneidad en el servicio

FCC siempre ha apostado por estar en la vanguardia de la tecnología. Prueba de ello es la implantación de **SAP HANA**, una plataforma de análisis corporativo totalmente *in-memory*. Algunas de las virtudes que mejor explican la elección de la tecnología SAP HANA han sido: comprimir la información, reducir los tiempos de lectura y escritura, simplificar procesos de BW y asumir cálculos a nivel de máquina im-

pensables en cualquier otra tecnología. Esta homogeneidad que brinda SAP (mismo proveedor del gestor y base de datos) proporciona igualmente un **conjunto de ventajas competitivas** que se han considerado esenciales para el éxito de este proyecto:

- Un mejor servicio en cuanto a tiempos de respuesta de soporte.
- Mayores y mejores actualizaciones.
- Mayor integración entre el gestor de la base de datos y la propia base de datos, lo que se traduce en un rendimiento óptimo.
- Reducción del coste de las licencias al compartir proveedor.
- Mayor aprovechamiento de las tecnologías adquiridas. SAP permite llegar a un nivel de uso de la base de datos mucho mayor que en cualquier otra.
- Mayor índice de evolución, tanto de base de datos como de gestor de la misma.

### Implementación rápida, flexible y con garantías desde el primer momento

Antes de abordar la ejecución de este proyecto, se realizó una **prueba de concepto**, en la que se constató que las mejoras que se obtendrían serían realmente significativas. Posteriormente, durante el transcurso del proyecto, se efectuaron de forma recurrente diversas mediciones del grado de mejora en cada una de las etapas, con la finalidad de asegurar la consecución del objetivo principal del proyecto. El proyecto, de la mano de Stratesys, se desarrolló en dos fases claramente diferenciadas, pero que coexistieron durante el tramo final del mismo.

- **Migración técnica:** durante esta fase se realizó el cambio de base de datos, copiando la información de la antigua BD sobre SAP



HANA, habilitando las conexiones necesarias, parametrizando los *backups*, activando la alta disponibilidad de la infraestructura, etc.

• **Optimización del sistema:** durante la segunda fase se llevaron a cabo todas las labores de optimización de BW, tareas en las que se mejoró el rendimiento (tanto de procesos como de consultas), y se aprovecharon al máximo las capacidades que brinda SAP HANA.

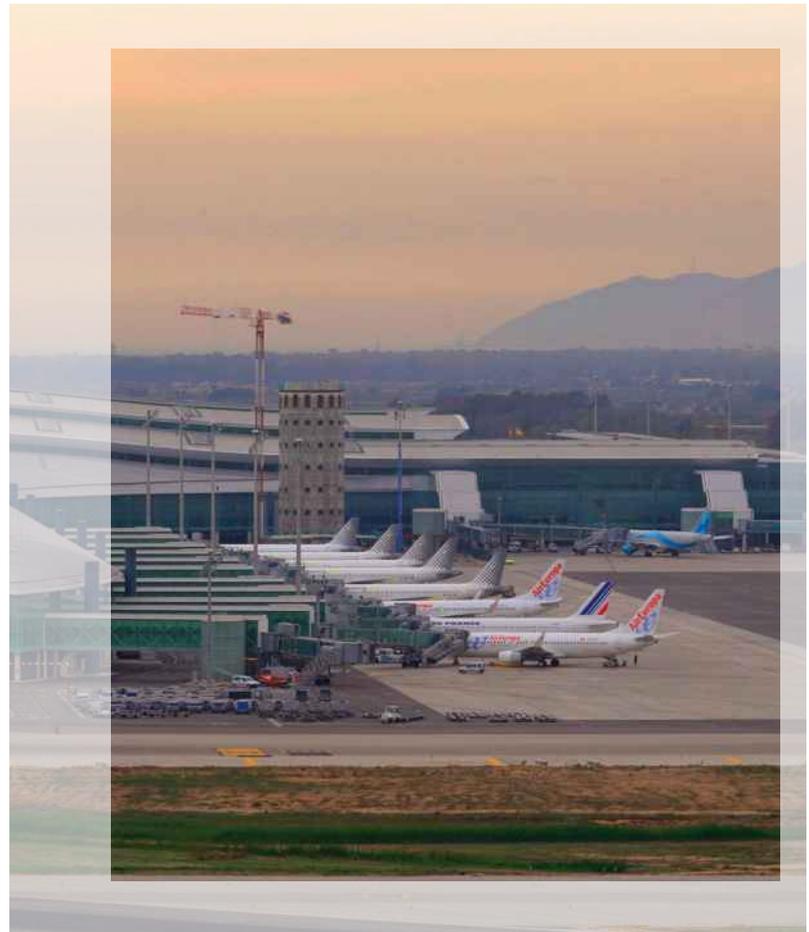
### Mejora el 'reporting' y la planificación

Tras la implantación de SAP HANA, el **reporting operativo** se ha visto reforzado, agilizándose el acceso a la información de todos los usuarios en todos los aspectos del análisis (evolución, filtrado, selección, ordenación, agregación, cálculo). Además, SAP HANA permite actualizar con mayor frecuencia la información utilizada, lo que aumenta la calidad y disponibilidad de la información.

En lo que refiere a **presupuesto corporativo**, SAP HANA permite tener una visión tanto de información real como de la presupuestada de forma *real-time*, incluso cuando la estructura de ambas (real y presupuesto) es diferente. También se agilizan los procesos de elaboración del presupuesto. SAP HANA también aporta soluciones en el ámbito de sistemas, al **agilizar el trabajo** realizado por los equipos de desarrollo y soporte, y permitir mayor número de aplicaciones sobre la misma plataforma con los mismos recursos.

### Los números hablan por sí solos

A tenor de los valores obtenidos por los KPI que se han monitorizado en cada una de las fases de la migración, el camino escogido ha sido el correcto. Algunos de los **beneficios obtenidos** son: informes 30 veces más rápidos, mejoras automáticas directamente gestionadas por SAP HANA, plantillas de planificación BPC 5 veces más rápidas, cargas diarias finalizadas 7,3 horas antes y base de datos reducida un 77%. Los resultados se han traducido, para FCC, en grandes mejoras de rendimiento, que han afectado a un total de **11 áreas de negocio**. Por otra parte, más de mil usuarios se han beneficiado de las optimizaciones llevadas a cabo, y ahora consultan la información accediendo bien directamente desde BW, bien des-



**“Gracias a la migración a SAP HANA, hemos reducido a 0 las incidencias motivadas por problemas de rendimiento tanto en BW como en BPC. Ahora podemos dedicarnos al negocio, que es realmente lo que nos interesa.”**

**Rafael Gómez-Acebo.**  
Director Sistemas de Dirección en FCC

de algún entorno satélite, tales como portales corporativos o cuadros de mando. También es especialmente reseñable el impacto de SAP HANA sobre el servicio de soporte, generando un significativo ahorro, como consecuencia de la reducción, en un 50%, del tiempo incurrido en analizar y resolver incidencias.

### Nuevos retos

Una vez finalizada la implantación de SAP HANA, con la colaboración de Stratesys, FCC puede afrontar **retos ambiciosos** para el negocio, **fácilmente alcanzables**:

- Incrementar la frecuencia con la que se actualiza la información, lo que permitirá a los usuarios tener una experiencia analítica más real y con mayor capacidad de reacción.
- Reducir la redundancia en el sistema, agilizando los procesos de carga, simplificando los modelos y aumentando el nivel de detalle proporcionado en el *reporting*.
- Mejorar, de forma radical, los procesos de planificación, permitiendo acceso al presupuesto en sus fases de elaboración y contrastarlo con información real en *real-time*, a pesar de no ser información homogénea.
- Valorar la ejecución de nuevos proyectos directamente en HANA, obteniendo así el máximo rendimiento posible.



**EMPRESA**  
MARTÍNEZ CANO  
CANARIAS

**SECTOR**  
Reciclaje

**PRODUCTOS  
Y SERVICIOS**  
Gestión de residuos  
y reciclaje

**WEB**  
www.  
martinezcano-sa.es

**SOLUCIONES Y  
SERVICIOS SAP**

- SAP Business Intelligence 7.3
- SAP Business Explorer (SAP BEx)
- SAP BusinessObjects

# Presupuestos rápidos, eficaces y unificados

**Martínez Cano**, empresa especializada en la gestión de residuos en las Islas Canarias, se encarga, desde hace 40 años, de la recogida, manipulación y reciclaje de residuos urbanos. Además, realiza las tareas de mantenimiento integral de zonas urbanas, aeropuertos, centros comerciales, locales y fachadas, y gestiona los puntos limpios de recogida de aparatos electrónicos y residuos sanitarios.

Desde hace 40 años, Martínez Cano, cuya labor se desarrolla de forma íntegra en las Islas Canarias, trabaja en la recogida, manipulación y reciclaje de residuos urbanos con el objetivo principal de mantener el medio ambiente y crear un entorno sostenible, todo ello observando un cumplimiento riguroso de la ley en esta materia. Su plantilla, que suma 250 empleados, se reparte entre las islas de Gran Canaria, Tenerife, Fuerteventura y Lanzarote, donde posee plantas de procesados y clasificación, y La Gomera, Hierro y La Palma, donde se ubican centros logísticos.

## Elaboración de presupuestos

Nos encontramos ante una empresa con una gran diversidad de actividades, todas ellas muy especializadas, que opera en diferentes sedes. Para alcanzar una gestión organizada y ágil, Martínez Cano buscaba una **herramienta flexible y centralizada** que resolviera sus necesidades y superara las limitaciones que soportaba en la elaboración de los presupuestos.

Su objetivo era encontrar una solución con capacidad para almacenar información en un único repositorio de forma segura, fiable y actual, al tiempo que disponer de información real que le permitiera poder comparar, de forma inmediata, la planificación y la ejecución de los proyectos. Además, tenía que ser un instrumento de fácil manejo y sencillo aprendizaje. La herramienta adoptada permite un **mejor análisis en la confección y seguimiento de los presupuestos**, pues da capacidad para afrontar nuevos retos, desterrando la información dispersa y los informes diferentes que aportaban los departamentos de forma individual a la dirección de la empresa.

## Una respuesta tecnológica contrastada

SAP consiguió encontrar las respuestas a todas las cuestiones que se planteaba la empresa. Sus herramientas eran capaces de unificar datos reales y presupuestados, en tiempo real y en



un lenguaje único y accesible a cualquiera de los usuarios. Además, a todas estas funcionalidades sumaba la rapidez y agilidad en la gestión de los usuarios y los permisos, aparte de una gran facilidad operativa, lo que otorga a la empresa una mayor precisión en la toma de decisiones.

Para Martínez Cano, SAP aportaba un plus sustancial de conocimiento, capaz de transmitir confianza y seguridad a sus clientes. Todo ello refuerza la imagen de la empresa en su relación con los mercados.

### Hacia un sistema automatizado

Sothis se convirtió en el compañero perfecto en el proceso de implementación de los nuevos sistemas, que consistió en pasar de una gestión manual de la información a un sistema organizado, automatizado y unificado. Los trabajos comenzaron en mayo de 2012, procediéndose, en un primer momento, al **análisis de todos los factores necesarios** para elaborar un presupuesto. Un grupo de trabajo dependiente del Departamento de Sistemas y los responsables de la elaboración de los presupuestos anuales se encargaron de la supervisión y control del proyecto.

MCC fue la primera empresa en la que se puso en marcha la nueva herramienta, que posteriormente se aplicó también a 3R, REELCAN y RENEKAN, empleándose tan sólo dos meses en las **labores de desarrollo** y quedando todo dispuesto para que en septiembre se pudiesen comenzar a elaborar los presupuestos.

A partir de ese momento, los usuarios encargados de elaborar los presupuestos, con la ayuda y supervisión de los distintos directores de las empresas, así como con el soporte técnico del Departamento de Sistemas de la empresa y el equipo de consultoría y desarrollo de Sothis, comenzaron a trabajar con la herramienta. Posteriormente, el nuevo sistema se implantó con éxito en el resto del grupo empresarial, haciendo posible que el presupuesto de 2013 se elaborase de forma íntegra con las nuevas soluciones.

### Menos tiempo y acceso sencillo a los datos

La importante **versatilidad** de las herramientas de SAP ha cubierto la extensa ca-

## Los cuatro pilares del sistema

### > SAP Business Warehouse 7.3

Herramienta para la extracción, transformación y carga de datos desde Expert. En esta herramienta también está implantado IP para la presupuestación.

### > SAP Business Explorer (BEx)

Herramienta para la creación de informes tanto de presupuestación como de visualización.

### > SAP BusinessObjects

Inicialmente, los informes de cuenta de resultados se realizan con *web intelligence*, y en un futuro se pretende construir un cuadro de mando con Dashboard Design.

### > Enterprise Portal

Creación de un portal BI donde acceden los usuarios a los informes BEx para la presupuestación, BOBJ (*web intelligence*) para visualización. De esta manera, la información está centralizada y es accesible para todos los usuarios.

**“No se trata únicamente de un presupuestador, es, sobre todo, abrir la empresa a la potencia y las posibilidades de mejora que ofrece el universo tecnológico de SAP”**

**Elías Abargues**  
Responsable BI  
de Martínez Cano

suística que se presenta en la elaboración de los presupuestos y se ha ofrecido una respuesta global, a partir de datos actualizados en tiempo real.

Una de las principales ventajas conseguidas, manifestada de forma inmediata, ha sido la **sustancial reducción del tiempo de trabajo empleado** para la preparación de la información de cada presupuesto, y la facilidad con la que el equipo directivo puede acceder a los datos. Una de las claves para este avance ha sido el **mayor grado de independencia** de que disponen ahora los usuarios para obtener los datos que necesitan para realizar su trabajo. De esta forma, los departamentos de Compras, Ventas, Recursos Humanos, Costes y Finanzas han quedado ligados bajo la misma plataforma, pudiendo **trabajar de forma unificada** y derivándose de todo ello un importante ahorro de costes.

### Mayor automatización dentro de SAP

Con el fin de aprovechar todo el rendimiento que ofrecen los nuevos sistemas, se pretende ampliar las soluciones de SAP al resto de la compañía como herramienta de *reporting* y de gestión de alertas y envío automático de informes por correo.

A largo plazo, Martínez Cano se plantea introducir mejoras dentro de la gama de SAP BusinessObjects, llevando esta aplicación al resto de la compañía, creando nuevos cuadros de mandos para el resto de departamentos.

REVLON

EMPRESA  
RevlonSECTOR  
BellezaPRODUCTOS  
Y SERVICIOS  
Peluquería y estéticaWEB  
[www.revlon.com](http://www.revlon.com)SOLUCIONES Y  
SERVICIOS SAP  
• SAP ERP  
• SAP Cloud for Travel  
and ExpensePARTNER  
Seidor

# Gestión de viajes global, integrada y en la nube

**Revlon** suministra, desde su creación, en 1933, una completa gama de productos y servicios de peluquería y estética. La calidad e innovación, marcas de la casa, la llevan a invertir en fórmulas y tecnologías que faciliten la gestión de sus empleados, que viajan por todo el mundo distribuyendo los productos de la marca.

Empresa de referencia en el mercado profesional de la belleza, Revlon suministra una completa gama de productos y servicios de peluquería y estética, y cuenta con una plantilla de 659 empleados; en 2011 facturó más de 121 millones de euros.

La compañía es fruto de la unión de dos de los líderes tradicionales del sector: Henry-Colomer, fundada en 1933 por José Colomer Ametller para la distribución de productos de peluquería, y Revlon, la legendaria marca americana de cosméticos. Tras la Segunda Guerra Mundial, y dado el bloqueo comercial entre España y el exterior, Colomer decide crear la primera fábrica en territorio nacional, al mismo tiempo que abre las primeras academias de peluquería y belleza para formar a los futuros profesionales y difundir los últimos avances y tendencias.

## Innovando para gestionar con eficacia

La innovación, junto a la calidad, sigue hoy siendo marca de la casa. Revlon dedica un importante esfuerzo a la investigación de fórmulas y tecnologías aplicadas al sector de la cosmética y el cabello. En el canal profesional, está presente en más de 100 países, a través de la marca Revlon Professional, que incluye productos de coloración, estilo, cuidados y tratamientos capilares. En la línea de consumo (con conocidas marcas, como Llongueras o Color Advance), cuenta con diversas líneas de producto para la coloración y los tratamientos capilares, además de estilo y cosmética.

Dado el importante volumen de viajes y desplazamientos que realizan sus empleados, la

compañía buscaba una solución que le permitiese gestionar de forma eficaz el reporte, aprobación y reembolso de los gastos al empleado, así como un *partner* de referencia con todas las especializaciones necesarias para abordar el proyecto.

Encontraron la respuesta a sus requerimientos en **SAP Cloud for Travel and Expense**, aplicación que reside en la nube de SAP, con un reducido coste de adquisición, y Seidor, que aseguraba un despliegue y una integración con los sistemas de Revlon, que, conjuntamente, podían aportar un rápido valor al negocio y ser un binomio que pudiera permitir en el futuro la ampliación en funcionalidad y despliegue al resto de países del grupo.

La solución SAP Cloud for Travel and Expense para Revlon ha sido desplegada para unos 50 empleados, en España y en una de las sociedades del grupo en Francia. Para la implantación, Seidor se encargó de la parametrización de la solución, las sesiones de *on boarding*, la preparación para la migración de datos y la completa integración con SAP ERP del cliente.

## Facturas de gastos en el móvil

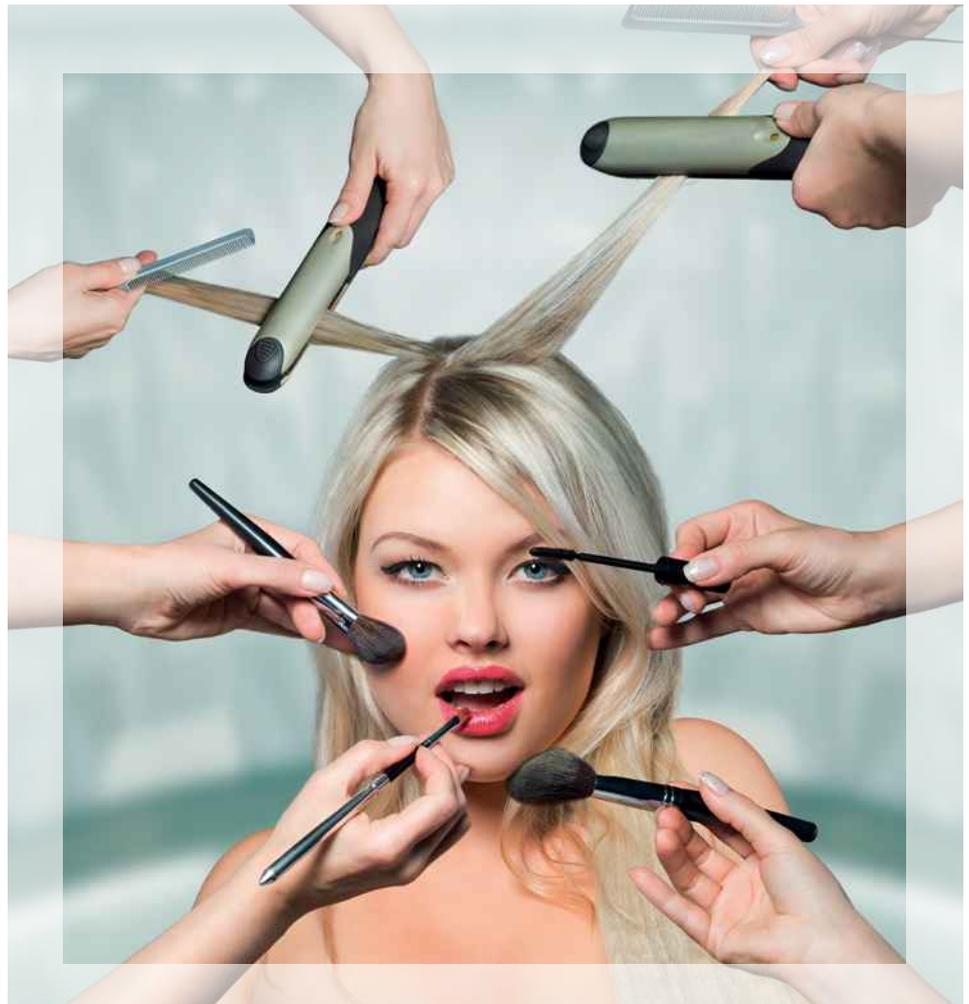
Con esta herramienta, Revlon puede enviar las facturas de gastos por *e-mail* y a través de dispositivos móviles, y está integrada con los proveedores de servicios de pago con tarjeta de crédito. Para los responsables de contabilidad y los jefes de departamento, resulta muy sencillo gestionar los gastos de los viajes, al poder crear, revisar y aprobar rápidamente completos informes de gastos asociados a los desplazamientos. La solución, inicialmente desplegada e integrada en la infraestructu-

ra actual de Revlon, incluye el módulo para gestión de gastos –creación, revisión y aprobación de informes de gastos–, así como la generación de gastos asociados a los centros de coste. La solución destaca por el uso de una interfaz móvil (para iPhone y iPad) que facilita la tramitación y gestión de operaciones fuera de la oficina, y por la integración con Pymetric para la recuperación de los movimientos de las tarjetas de crédito corporativas.

En tan sólo 10 pasos y 9 semanas, desde la preparación inicial del proyecto hasta la puesta en marcha final, el despliegue de la solución se ha completado con éxito. Las sesiones de SAP Onboarding con un *partner* de confianza han permitido al cliente conocer a fondo el alcance de su solución Travel and Expense para lograr la mejor configuración posible, preparar la migración de datos y garantizar el cumplimiento de los requisitos de integración.

#### Integración para mejorar la información

Para la integración con SAP ERP, se combinaron las necesidades concretas de información en Revlon con los requerimientos estándar de SAP Cloud for Travel and Expense, estableciendo las rutas para la replicación de los empleados de SAP ERP y los centros de costes, proyectos y órdenes internas de SAP FIN en Travel and Expense, utilizando ficheros XML, así como la integración en SAP FIN de los datos transaccionales necesarios. Este proceso de integración permite a la compañía **publicar los gastos de viajes en el propio ERP**, acelerando y agilizando el reembolso a los empleados. La información sobre el estado de los reembolsos se actualiza continuamente y los interesados reciben mensajes de notificación cuando se ha procedido al ingreso o se ha aprobado la operación. En cuanto a la **aplicación de pagos, Pymetric**, la integra-



**“Gracias a SAP Cloud for Travel, hemos conseguido combinar la satisfacción y el ahorro de tiempo de los usuarios con la integración y robustez con el ERP, acompañado de una implantación con pocas incidencias y la comodidad que proporciona una solución cloud.”**

**Jean Paul Maffeo**  
Application Services  
Manager de Revlon

ción realizada permite a Revlon importar las transacciones de las tarjetas de crédito procedentes del proveedor de tarjetas de pago, así como generar las facturas de gastos. La seguridad y la conformidad PCI quedan garantizadas, al tratar únicamente con datos obtenidos con *token* dentro del entorno SAP Cloud for Travel and Expense. La descriptación puede realizarse dentro del módulo FIN del ERP.

Desde las primeras semanas de puesta en marcha, quedó demostrada la fiabilidad de la solución y la empresa pudo beneficiarse de importantes mejoras en la eficiencia de los usuarios y el ahorro de costes global.

#### Preparando el camino del futuro

Esta experiencia, que continuará creciendo en Revlon en funcionalidad y expansión internacional, prepara el camino para que otras compañías puedan confiar en un producto *cloud*, perfectamente integrable en sus sistemas, y que permite gestionar los viajes corporativos de una forma completa y multinacional.

# Soluciones para incrementar el potencial de la fuerza de ventas

Operador logístico integral e internacional de primera magnitud, **AZKAR**, líder en la Península Ibérica y las Islas, ofrece una cobertura total en Europa, satisfaciendo las necesidades de toda la cadena de suministro de más de 15.000 clientes de diferentes sectores de actividad en España y Portugal.

En los últimos años, Azkar se ha reorientado para que la experiencia de sus clientes sea lo más completa posible, con una oferta multiproducto y multisectorial que trasciende fronteras y en la que más del 30% de su cifra de negocio se genera fuera de España y Portugal.

El **área logística** de la compañía facilita a sus clientes la externalización de todos los servicios de logística, desarrollando proyectos a medida, ofreciendo la prestación de servicios tanto en el área de operaciones físicas de almacén y distribución, como en el de consultoría e ingeniería. Dentro de España y Portugal, la gestión realizada por la división Logística se desarrolla en íntima colaboración con los clientes, integrándose, llegado el caso, dentro de su propia estructura. Azkar Logística les proporciona variabilidad y reducción de sus costes logísticos, un servicio seguro a lo largo de todo el año y una tecnología evolucionada y específica sin necesidad de inversión, así como la adaptación continua e inmediata a sus necesidades, la adecuada gestión del

**SAP CRM Mobile Sales ha permitido que los comerciales de Azkar estén menos tiempo en las oficinas y más con los clientes. Así se mejoran las condiciones para que exista un incremento de las ventas.**

stock en almacenes y la prestación de servicios de logística inversa.

En términos de **transporte**, Azkar proporciona un amplio abanico de servicios, definidos según los modelos de aprovisionamiento actuales, que requieren procesos especializados, como son aquellos que necesitan fijar una fecha de entrega concreta, o los que, además, exigen la entrega en una franja horaria determinada, garantizando la calidad y seguridad del servicio prestado, con absoluto control de la mercancía, identificación previa del repartidor, custodia de llaves y desalarmado y alarmado del local.

En **materia internacional**, para la distribución en Europa, Azkar dispone de acuerdos bilaterales con otros operadores de primera magnitud, como Dachser, Exapaq o Fercam, para proporcionar el servicio que mejor se ajuste a las necesidades del cliente en cada momento.

Además de las grandes inversiones en infraestructuras que ha realizado y continúa realizando, Azkar invierte fuertemente en

## Beneficios de la implantación de la herramienta de movilidad

Se reduce notablemente todo el tiempo administrativo que el comercial emplea para registrar en el sistema corporativo (CRM) las actividades realizadas a lo largo de la semana o día. Además, se le dota de un punto de acceso único a toda la información necesaria para maximizar la venta, y acelerar las decisiones de compra. Se consigue mejorar la productividad del comercial, al realizar tan sólo tareas concretas de venta. De forma indirecta, se ofrece al comercial una nueva herramienta, que le permite:

- Disponer de aplicaciones que le faciliten la colaboración con otros comerciales e, incluso, establecer lazos colaborativos con clientes.
- Compartir documentos e información.
- Acceder al correo corporativo y a varias agendas.
- Facilitar en un futuro la movilización de otros procesos de la compañía (completar hojas de tiempos y gastos, *workflows* de aprobación, consulta de empleados, consulta de mi información...).



requisitos y la elaboración del BBP del proyecto junto a everis como *partner* tecnológico. En septiembre de 2012, el equipo comenzó a diseñar la mejor forma de encajar los nuevos procesos comerciales de Azkar en la nueva solución y se detectaron las posibles ampliaciones funcionales necesarias, aprovechando al máximo la funcionalidad estándar de SAP.

Bajo la premisa de convertir CRM en una herramienta de los comerciales y dotarles de recursos de movilidad para facilitarles el trabajo, se utilizó una estrategia en dos fases. La primera implementó cambios rápidos en el sistema para acercarlo a los comerciales. En una segunda fase, se implementó la solución de movilidad de **SAP Mobility CRM Sales** y se cubrieron aquellos requerimientos más complejos. De esta manera, se logró un acercamiento gradual al comercial. El arranque del sistema se realizó en enero de 2013 y, en la actualidad, everis realiza las tareas de mantenimiento y evolución del sistema en colaboración con el personal IT de Azkar.

### SAP CRM Mobile Sales

La solución implementada en Azkar consistió de las siguientes tareas:

- Implantación de las mejoras funcionales mediante aplicación de procesos estándar de SAP sobre la solución SAP CRM para la gestión de procedimientos comerciales (gestión de cuentas y contactos, de actividades, de *leads* y de oportunidades). Además, se realizaron desarrollos sobre SAP CRM para la segmentación de clientes. Se integró la agenda de Outlook y Google corporativa y la agenda de SAP CRM.
- Integración de la información de facturación de los clientes (CO-PA) y de gestión de cobro (FI-AR).
- Desarrollo de *reporting* de gestión para los comerciales.
- Integración automatizada mediante la plataforma SUP entre la solución SAP CRM Mobile Sales y el sistema de SAP CRM.

**tecnologías de movilidad y web** con objeto de que la incorporación del *tiempo real* a sus procesos sea una ventaja competitiva.

### SAP CRM Mobile Sales, la ganadora

Debido a las limitaciones presentadas por el sistema de CRM y la exigencia de evolución de la herramienta para incorporar nuevos procesos, se decidió realizar un **proyecto de evolución de la funcionalidad de CRM e implantación de la plataforma móvil de SAP**. Las razones principales que llevaron al cliente a elegir SAP fueron las siguientes:

- La solución SAP CRM Mobile Sales se adaptaba a las necesidades de Azkar, tanto desde el punto de vista funcional requerido por el Departamento Comercial como desde el de estrategia de sistemas.
- Debido a la naturaleza comercial de su negocio, el departamento necesitaba una herramienta que le permitiese que los comerciales estuvieran más tiempo a pie de calle, con la información disponible en cada momento de manera segura, y poder mantener esos datos en un sistema estándar, robusto y escalable.
- La solución que debía implantarse debía integrarse de una forma fácil y segura con el resto de soluciones corporativas, siendo, en su mayoría, soluciones SAP.

### El primer RDS de movilidad en España

Para afrontar este proceso de renovación tecnológica, y al tratarse de una implantación muy ambiciosa y pionera en España, Azkar decidió afrontar la etapa de análisis de



**ORGANIZACIÓN**  
Transportes Azkar

**SECTOR**  
Transporte y logística

**PRODUCTOS Y SERVICIOS**  
Logística y distribución industrial y farmacéutica

**WEB**  
[www.azkar.com](http://www.azkar.com)

**SOLUCIONES Y SERVICIOS SAP**

- SAP ERP
- SAP Business Intelligence
- SAP CRM
- SAP PI
- SAP Netweaver
- SAP CRM Mobile Sales
- SMP (SAP Mobile Platform)

**PARTNER**  
everis

# “La clave es entender a SAP como un catálogo de procesos”



## ORGANIZACIÓN

ITP (Industria de Turbo Propulsores)

## SECTOR

Aeronáutico

## PRODUCTOS Y SERVICIOS

Ingeniería, fabricación y mantenimiento de motores aeronáuticos

## WEB

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

## SOLUCIONES Y SERVICIOS SAP

- SAP ECC
- SAP HANA

**ITP (Industria de Turbo Propulsores)** es un grupo líder en el sector aeronáutico, creado en 1989 y con sede en Zamudio, Vizcaya. Factura 600 millones de euros anuales y cuenta con alrededor de 3.000 empleados en todo el mundo. El responsable de Integración y SAP en ITP, Carlos Pérez Barriocanal, relata la experiencia de SAP en la compañía.

**¿Qué soluciones y servicios SAP existen en ITP?** Tenemos implantados prácticamente todos los módulos básicos del ERP en las áreas financiera, logística y de recursos humanos. Habiéndose implementado, además, funcionales avanzadas en muchos de ellos. Fuera de los básicos contamos con una adaptación en SAP para soportar el mantenimiento de motores de avión, con el fin de dar servicio a uno de los negocios de ITP.

**¿Qué retos y oportunidades tecnológicas afronta ITP?** En términos de negocio, estamos en un sector muy tecnológico, que requiere fuertes inversiones en tecnología. El producto es complejo, tanto en la parte de ingeniería como en la parte de fabricación. Hay muy pocas empresas en el mundo que puedan hacer lo que hacemos nosotros. Los integradores clave de motores del mundo son Rolls Royce, General Electric y Pratt & Whitney, y trabajamos para los tres. Nuestro reto es seguir creciendo, seguir siendo capaces de aportar soluciones tecnológicamente avanzadas para ser protagonistas cada vez más en este sector.

**¿Cómo ha ayudado la tecnología a abordar estos retos?** ITP era un conglomerado de varias sociedades y dentro de cada sociedad los procesos estaban descentralizados. Es una empresa joven, tiene 25 años. Al principio, lo que se primó fue crecer, una fase que suele ser desordenada en el ámbito de sistemas. SAP ha ayudado a tener procesos

homogéneos, estables e integrados. Antes, la integración entre el mundo logístico, financiero y de recursos humanos no existía.

**¿Cómo se funcionaba antes?** Por ejemplo, en la sociedad española, había un sistema para gestionar el sistema de mantenimiento de motores, un sistema para gestionar la producción, otro para gestionar la parte contable y otro diferente para gestionar el ámbito de recursos humanos. Y, eso sí, un montón de hojas de cálculo alrededor. La fiabilidad, la estabilidad y la integridad de esos procesos no eran óptimos. Quizás era el modelo adecuado en el momento del origen de la compañía. Sin embargo, ahora ha llegado un momento de madurez en el que se necesita información fiable, además de homogeneidad y estabilidad en los procesos. Y, además, con la integración de las sociedades de fuera de España necesitas homogeneizar la información, entenderla, consolidarla, tanto en el ámbito logístico, como financiero o de recursos humanos. En ese aspecto, SAP desempeña una función clave.

**¿Cómo se escogió entre todas las opciones tecnológicas disponibles?** En una primera fase, ITP se enfrentó a varias soluciones. La única que cubría todo el espectro de procesos y, además, daba un sentido de seguridad a futuro era SAP. Había soluciones nicho que resolvían una parte del problema y había soluciones que a lo mejor cubrían todos los problemas pero no daban sensación de estabilidad.

### ¿Cuáles son los proyectos de SAP en ITP?

Comparativamente con otras compañías, ITP invierte mucho en tecnología. Esa sensibilidad por la importancia de la tecnología hace que también se invierta en SAP.

El equipo de sistemas de ITP es capaz no sólo de soportar los procesos, sino también de evolucionarlos mejorándolos y cubriendo los requerimientos del negocio. Disponer de estas capacidades es clave, en general, en las compañías, y en particular en ITP.

### ¿Cuál es el modelo de trabajo de ITP?

Tratamos de adaptarnos al máximo al estándar de SAP. ITP lo que necesita es un modelo sostenible. Creo que la clave del éxito es entender a SAP como un catálogo de procesos. Es una herramienta para crecer, para mejorar la forma de trabajar.

Nos hemos dado cuenta de que la forma de conseguir el éxito es utilizar a SAP como catálogo de procesos, respetando siempre el estándar. Yo le digo lo que necesito en mi negocio y SAP me dice la operativa. Es la mejor forma de trabajar.

Dedicamos un esfuerzo importante a evolucionar el modelo y a ayudar a la compañía a hacer los procesos más eficaces. No nos quedamos sólo en soportar lo que se construyó en su momento, sino que estamos trabajando para evolucionar y mejorar de forma continua, sin perder el foco de que hay que dar valor. No se trata de construir por construir, sino que se construye aquello que genera valor.

### ¿Cómo va la implementación de SAP HANA?

Hemos adquirido las licencias y estamos elaborando el proyecto de HANA. Nuestra intención es tenerlo listo el año que viene. Además, no es un HANA basado en *business warehouse*, lo que queremos es sustituir del ERP la base de datos que tenemos actualmente, que es Microsoft, por HANA. Un *full HANA*. Es bastante novedoso.

### ¿Qué resultados espera obtener con este cambio?

Principalmente, la mejora del rendimiento en procesos clave, como el MRP, el cierre de reales o la planificación operativa.



**“Nuestros planes de futuro con SAP incluyen seguir evolucionando el sistema. Cuanto más nos acerquemos al estándar de SAP más eficaces van a ser nuestros procesos.”**

**Carlos Pérez**  
Responsable de SAP en ITP

Nuestro producto tiene una vida muy larga y hacemos planificaciones a 20 años.

Tenemos procesos de cálculo fuertes y creemos que SAP HANA nos va a ayudar mucho a mejorar. También nos va a ayudar a mejorar en la parte del *reporting*, donde ahora tenemos problemas de rendimiento.

### Dada su experiencia, ¿qué consejos puede aportar en la integración de SAP en una compañía?

Una vez me dijeron que un consultor de SAP no es un analista programador, es un profesional que sabe muchísimo de los procesos de SAP, que entiende el requerimiento del negocio y es capaz de encontrar dentro del catálogo de procesos de SAP el que mejor se ajusta a ese requerimiento. No hay que inventar nada. La mayoría de las ocasiones, las solución ya está en el estándar SAP.

# CÓMO MEJORAR HASTA UN 90% EL ANÁLISIS DE INFORMACIÓN CON SAP HANA

Grandes, medianas y pequeñas empresas se enfrentan a los mismos retos: seguir cuidando y satisfaciendo las necesidades de sus clientes mientras crecen en volumen de negocio y consiguen analizar y gestionar la información que se deriva de este crecimiento. Para optimizar este proceso, agilizar su funcionamiento y obtener mejores resultados, SAP HANA se posiciona como un buen aliado.

Uno de los principales pilares del negocio de una empresa es la satisfacción de sus clientes, lo que obliga a establecer un estrecho control sobre los proyectos que desarrolla. Por otro lado, el tamaño de la empresa y la evolución del negocio generan un crecimiento exponencial de la información que hay que analizar. Sin ir más lejos, la gestión anual

muchas empresas a llevar a cabo continuos cambios, como pueden ser la apertura de nuevas líneas de negocio o la entrada en nuevos sectores de actividades.

### Gestión de la información

Las áreas de finanzas y administración, que gestionan y necesitan analizar una gran cantidad de in-

estos problemas se gestionaba con una mayor dedicación; sin embargo, hay otras dificultades en el área de proyectos que no se solucionaban tan fácilmente. Además, la falta de agilidad en la gestión de la información suele originar desfases en el análisis de datos proporcionados por los departamentos de control analítico, lo que implica grandes riesgos.

## LA MADUREZ DE LAS SOLUCIONES OFRECIDAS POR SAP HANA HA HECHO POSIBLE QUE SEAN ACCESIBLES EN EL MERCADO DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS ESPAÑOLAS

de miles de proyectos que requieren ser analizados desde distintas perspectivas y parámetros, como, por ejemplo, los diferentes tipos de coste que pueden tener cada uno de ellos; así como albergar la información en el almacén de datos del sistema transaccional de la empresa (el ERP), **SAP Business Warehouse**, además de hacer frente a los constantes cambios de las organizaciones en línea con las transformaciones tecnológicas, está obligando a

formación, suelen encontrarse con problemas que, a su vez, dificultan los procesos de cierre o la posterior generación de informes.

Esta misma situación puede producirse a la hora de realizar cualquier análisis desde las líneas de negocio sobre variables básicas para la empresa, como los resultados por sector, zona comercial, cliente o proyecto, o incluso a la hora de analizar la obra en curso, etc. Hasta ahora, la solución de

### Prestaciones y ventajas

Tecnocom, como integrador de las soluciones de SAP, tiene pleno conocimiento de las prestaciones y ventajas que proporciona la plataforma SAP HANA para SAP Business Warehouse y, por tanto, sabe que puede resolver sus problemas de análisis de la información. La compañía decidió probar la solución en sus propias instalaciones y optó por el *appliance* de HP que implantó en su propio centro de datos (CPD). Tuvo la ventaja de contar con personal formado y certificado en SAP HANA, por lo que el proyecto fue desarrollado por sus propios empleados.



# SOLUCIONES 'BIG DATA' Y TECNOLOGÍA 'IN-MEMORY' COMO SOPORTE AL NEGOCIO

El contexto que envuelve el marco de la sociedad actual se rige por una serie de variables, tales como el acceso inmediato a la información de cualquier tipo o desde cualquier lugar, que hace que el entorno que rodea a las empresas deba responder a nuevos retos con el objetivo de mantener la competitividad y la calidad de los productos o servicios ofrecidos.

Hasta hace poco tiempo, las palabras interacción o análisis en tiempo real, *big data* y tecnología *in-memory* no formaban parte del vocabulario empresarial común, mientras que ahora han pasado a ser términos dominantes dentro de cualquier discusión sobre innovación, competitividad y mercado. Tener la posibilidad de poder disponer de tu consumo de electricidad en tiempo real, poder compararte con tu grupo de referencia y, a partir de ahí, poder cambiar tu contrato o poder ajustar tu consumo antes de la emisión de la próxima factura en ese mismo momento es un producto muy atractivo para un cliente. Por otro lado, ser capaz de poder tener controlada la disponibilidad de *stock* en tiempo real puede mejorar radicalmente la cadena de distribución y logística de un distribuidor. Para estos casos y varios más que iremos viendo, es necesario disponer de una tecnología que soporte, por un lado, la gestión de inmensos volúmenes de información y, por otro lado, el acceso a la misma en tiempo real.

## Transformar la información

Las redes sociales inundan la sociedad con información, ya sea de carácter personal o privado, profesional o simplemente comercial. A la hora de preparar una **estrategia de marketing**, es fundamental saber lo que se está hablando de ti en estos momentos, pero las fuentes

### EL 'SENTIMENT ANALYSIS' PERMITE CONOCER LA PERCEPCIÓN QUE DESDE FUERA SE TIENE DE UN NEGOCIO

son tan diversas y múltiples que se hace difícil extraer aquello que es relevante para tu empresa o negocio. Por ello, una de las áreas por la que están apostando las empresas actualmente es la de *big data*.

Las soluciones *big data* permiten extraer parte de la información de toda aquella cantidad ingente existente, estructurada o no, transformándola en valor para un determinado proceso o negocio. Una so-

lución *big data* permite, por ejemplo, lo que se conoce como *sentiment analysis*, es decir, la percepción que desde fuera se tiene de un negocio determinado, convirtiéndose, así, en una herramienta muy valiosa para cualquier departamento de marketing a la hora de preparar cualquier campaña comercial. Pero ¿y si, desde una perspectiva diferente, partiendo de los mismos principios del *sentiment analysis* y apalancándose en una solución *big data*, una empresa o un departamento, por ejemplo, un departamento de compras, utiliza esa información relevante existente (redes sociales, estudios de mercados, etc.) para tener una perspectiva externa de un proveedor con el cual va a empezar a negociar un importante contrato?

## Herramienta de negociación

La respuesta es que, gracias al concepto *big data*, tiene a su disposición una herramienta muy poderosa de negociación. Tener a disposición este tipo de información como herramienta de negociación cambia completamente las reglas del

juego, dando una ventaja apreciable a la hora de una mejor gestión de un contrato. Saber que el proveedor por el que estás negociando la compra de 200.000 unidades de un producto tiene problemas con su distribución en un determinado país, o que, según la percepción del gran público, ese producto posee una fiabilidad limitada, sitúa al negociador en una posición de ventaja que puede resultar decisiva.

Por otro lado, si a la posibilidad de poder obtener aquella información que es relevante dentro de todo el maremágnum de datos existente gracias a una solución *big data*, le sumamos la **capacidad de poder tratarlo en tiempo real**, se abre un abanico de opciones impensables hasta hace no mucho tiempo.

### Ventajas operativas

Ser capaz de poder operar mi negocio en tiempo real, por ejemplo, pudiendo hacer ofertas de productos asociadas a la tarjeta de fidelidad, basado en las compras que un cliente acaba de hacer al pasar por caja, sin tener que esperar un periodo de tiempo determinado (semanas), permite un nivel de **interacción inmediata** con el cliente, mejorando su percepción sobre el establecimiento que responde e identifica sus necesidades al instante. Asimismo, el mantenimiento de zonas industriales distribuidas, como, por ejemplo, parques eólicos, también se puede beneficiar de estas capacidades, al ser capaz de alimentar **modelos predictivos de mantenimiento** de instalaciones con datos en tiempo real, permitiendo una optimización de los recursos dedicados, así como una mejor previsión de posibles averías o altera-



## LA INTERACCIÓN INMEDIATA CON EL CLIENTE MEJORA SU PERCEPCIÓN SOBRE QUIÉN RESPONDE E IDENTIFICA SUS NECESIDADES AL INSTANTE

ciones del servicio. La irrupción de SAP HANA ha sido clave a la hora de afrontar casos como los descritos. La tecnología *in-memory* permite la gestión de la información con tiempos de respuesta hasta ahora impensables. Modelos complejos de minería de datos, patrones de búsqueda necesarios para cualquier solución de *big data* (incluyendo las masivas redes sociales) y la gestión de la información en tiempo real son ahora posibles con soluciones tecnológicas que se apalancan en SAP HANA como motor de cálculo y búsqueda. Este salto cuantitativo y cualitativo en lo que a tecnología se refiere que ha significado SAP HANA, está siendo asimilado por las empresas, que, cada vez más, se están moviendo hacia la gestión

de su negocio en tiempo real. Desde esta perspectiva, Accenture, con su continua apuesta por soluciones innovadoras y, en concreto, en el ámbito SAP, pone a disposición de sus clientes su red de Centros de Innovación de Accenture para SAP. En esta red de centros, Accenture y SAP han invertido recursos, humanos y físicos, en la creación de una plataforma tecnológica donde, por medio de prototipos y pilotos, nuestros clientes pueden experimentar los beneficios de estas soluciones (*big data*, tecnología *in-memory* y tiempo real) y prepararse para incorporarlas en su organización.

**Bernabé Marcos**

Senior Manager del grupo de SAP Analytics



# SAP HANA EXTENDED APPLICATION SERVICES+SAPUI5: HANA NO ES SOLO UN SOMBRERO

En uno de los fragmentos más conocidos de *El principito*, el narrador sólo ve un sombrero cuando el niño le muestra el dibujo de una serpiente que se ha comido un elefante. Aquello no era únicamente un sombrero, y SAP HANA no es únicamente una base de datos en memoria.

SAP HANA es también una plataforma sobre la que podemos desarrollar aplicaciones muy fáciles de implementar que funcionan a gran velocidad. Directamente desplegados sobre esta base de datos, SAP HANA Extended Application Services permite explotar los datos, mientras que SAPUI5 los muestra.

Uno de los puntos clave de SAP HANA XS + UI5 es la minimización de capas: sobre la base de datos se ejecuta la capa de servicios y pueden ser utilizados directamente por las aplicaciones web desarrolladas

en UI5. La misma aplicación puede ejecutarse tanto en PC como en dispositivos móviles.

El espectro de aplicaciones para desarrollar es amplísimo: desde muy ligeras hasta otras muy complejas. La tecnología lo permite, el límite lo establecen los requerimientos particulares del negocio.

### La sencillez como fortaleza

Otra fortaleza es la simplificación de capas que facilita la infraestructura. Podemos **implementar estas aplicaciones ultrarrápidas** en un

solo servidor que ejerce de base de datos, proveedor de servicios, servidor de aplicaciones y servidor web.

Asimismo, cabe destacar la gran ligereza del modelo, que facilita la mayor integración con base de datos y proporciona un rendimiento óp-

timo. El servicio se ejecuta directamente sobre el motor de la DB.

Como decía Walter en *El gran Lebowski*, su belleza radica en su sencillez.

El objetivo radica, por tanto, en proporcionar un servidor de aplicaciones, un servidor web y un entorno de desarrollo directamente sobre el *appliance* de SAP HANA. Hay que aclarar que no estamos hablando sólo de un componente más sobre SAP HANA. Más bien al contrario, SAP ha querido integrarlo directamente en su base de datos, proporcionando unas características de *performance* y simplicidad inéditas en otras arquitecturas.

Comparado con accesos JDBC u ODBC desde una aplicación web en otro servidor de aplicaciones, la cantidad de conexiones, capas, código, *drivers* y traducciones del dato necesarias son mínimas, en SAP HANA Extended Application Services. Por supuesto, la arquitectura distribuida es perfectamente válida si se está construyendo algo más grande al lado del SAP HANA, pero si se empieza de cero sobre SAP



HANA o si se quiere simplicidad y rapidez, SAP HANA Extended Application Services es una opción muy interesante.

Hay que remarcar, también, que SAP HANA Extended Application Services publica servicios ligeros para acceder a la base de datos de SAP HANA.

### Fases de desarrollo

Para la fase de desarrollo, contamos con SAP HANA Studio (basado en Eclipse), que nos permitirá, desde un único IDE, modelar las estructuras de datos, publicar los servicios en un proyecto de tipo XS Project y generar la aplicación UI5 que consuma los servicios. Los dos ámbitos de desarrollo en SAP HANA Extended Application Services son: XSODATA y XSJS.

La **primera opción** consiste en generar servicios REST OData directamente desde una tabla o vista de SAP HANA mediante SAP HANA XSODATA. El procedimiento es muy simple: basta con crear un fichero con extensión *.xsodata* dentro de un proyecto SAP HANA. Este fichero será el documento de definición del servicio. Dentro del documento se indica el nombre de tabla o vista de la que se quiere publicar el contenido, un nombre para la entidad y, si se usa una vista de SAP HANA, los campos clave de la entidad.

¿Cómo se integra con la *user experience*? Dentro del entorno de desarrollo de SAP HANA, contamos con el UI Development Kit for HTML5 (SAPUI5), que es la implementación de SAP para el estándar

HTML5/CSS3/JS. Uno de los puntos fuertes de UI5 es su integración simplificada con servicios OData, haciendo un *binding* entre un servicio OData y un control de interfaz de usuario de un modo casi declarativo: asociando el servicio a un modelo de tipo OData y el modelo a un elemento de UI5 (una tabla, una lista desplegable, una etiqueta). Con muy poca programación, disponemos de una aplicación UI5 multidispositivo que accede de manera ultrarrápida al contenido de una tabla de SAP HANA y proporciona una interfaz basada en la usabilidad para que el usuario acceda a la información.

El **segundo ámbito** de uso de SAP HANA Extended Application Services (XSJS) tiene que ver con las limitaciones de XSODATA.

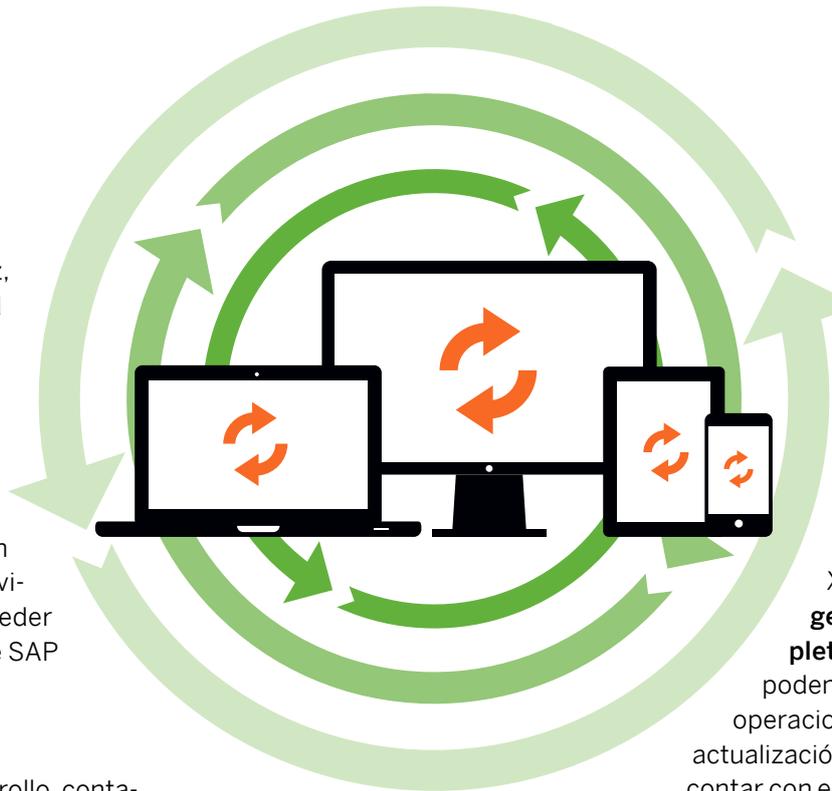
Desde la versión SP6 HANA, los servicios XSODATA soportan *updates* y *deletes*, además de acceso de lectura *inserts*. Pero esto no deja de ser un CRUD sobre una entidad con opciones más o menos rígidas de acceder a la información y de estructurarla. Efectivamente, los

parámetros de llamada son los estándares de OData y la estructura de datos es la de la entidad de SAP HANA. Y muchas veces esto no es suficiente. Por suerte, tenemos también SAP HANA XSJS, una opción para **generar servicios completamente libres** donde podemos no sólo realizar operaciones de búsqueda y actualización sobre los datos, sino contar con el control total del formato del mensaje y de las definiciones de parámetros de la URL. Estos servicios se desarrollan con JavaScript de servidor (quién lo iba a decir: ¡JavaScript domina el mundo!) y se despliegan en ficheros *.xsjs*. Las API core de SAP HANA Extended Application Services se exponen como funciones JavaScript, proporcionando al mismo tiempo acceso a los objetos HTTP Request y Response y acceso directo a la base de datos para ejecutar SQL o llamar a procedimientos SQLScript.

El poder de XSJS es esta doble cara: es capaz de acceder a las entidades SAP HANA, pero, además, accede a la petición HTTP para examinar sus parámetros y genera la respuesta HTTP en el formato que uno decida.

Con esta base, en REALTECH estamos desarrollando aplicaciones multidispositivo ultrarrápidas sobre SAP HANA en muy poco tiempo. Y es que SAP HANA no es únicamente una base de datos en memoria.

**Daniel Valdés**  
Cross Platform  
Technology



# CONVERSAMOS CON



**BBVA**

**Gustavo Vinacua,**  
director del Centro  
de Innovación de BBVA

“Sacamos el máximo provecho del 'big data' para desarrollar productos que se ajusten más a lo que necesitan nuestros clientes”



La banca es uno de los sectores económicos que más esfuerzos invierten en innovación. Gustavo Vinacua, director del Centro de Innovación de BBVA, trabaja desde 2011 en detectar talento y emprendimiento en todos los ámbitos y en cualquier lugar del mundo. El objetivo es aprovechar al máximo las ideas, estén donde estén. Para BBVA, la prioridad, hoy por hoy, está en la oferta digital.

### ¿Qué es el Centro de Innovación BBVA?

Es la manera en la que hacemos innovación, en el grupo BBVA, y lo llevamos a cabo a través de un modelo de innovación abierta. Fundamentalmente, significa que intentamos trabajar en un modelo de ecosistema. No hacemos las cosas solos, sino que tenemos muy en cuenta lo que sucede fuera de BBVA.

### ¿Y cómo se traduce eso en su actividad?

Afecta de varias maneras. Por un lado, las fuentes de inspiración, de dónde salen las ideas, el talento, buscamos aquello que no existe en nuestra propia casa, y eso nos permite hacer más cosas en entornos de emprendimiento y de investigación, como en el MIT o Stanford, por citar dos ejemplos.

### Ya veo...

Otra manera en la que afecta esta innovación abierta es que también construimos algunas de nuestras soluciones cocreando con otros agentes. Por ejemplo, de octubre a diciembre de 2013, hicimos un *datathone*. Subimos a la nube información de BBVA y a través de una API permitimos que diferentes desarrolladores la utilizaran y construyeran con nosotros soluciones y aplicaciones específicas.

### ¿Y qué han logrado con este modelo de trabajo?

Hacer innovación abierta nos ha permitido construir una red, un montón de gente con la que colaboramos, y esto nos ha llevado a desarrollar los centros de innovación. ¿Por qué? Porque nos permiten interactuar con esas personas, con esos

agentes. Son un punto de encuentro. También nos sirve como elemento para disparar la adopción de las cosas que inventamos dentro de la casa. Mostramos dentro de los centros de innovación los proyectos que estamos desarrollando para que el resto de BBVA, en concreto las unidades de negocio, adopten esas nuevas oportunidades y las usen evolucionando nuestra propuesta de valor.

“Entre nuestros objetivos está duplicar el número de clientes online y multiplicar por cuatro los de móvil”

### ¿Entiendo que de lo que se trata es de aprovechar al máximo el talento?

Así es. Y buscamos ideas estén donde estén. Con los empleados de BBVA vemos muchas cosas, a lo largo del año. Por ejemplo, tenemos una plataforma que se llama *BetaTesters.com*. Allí mostramos los productos en los que se ha trabajado para que, antes de que salgan al mercado, tanto los empleados como, en ocasiones, los clientes puedan hacer uso de esas innovaciones y detectar si hay incidencias. Es algo muy positivo porque recibes muchas sugerencias

que juegan a favor de la mejora del producto.

### ¿Qué aspectos valoran más cuando deciden vincular un proyecto, por ejemplo, de una *start-up*, a BBVA?

Cuando miramos fuera buscamos cosas que complementen la oferta de valor de BBVA. Buscamos aprovechar lo que sabemos hacer nosotros y lo que saben hacer fuera. Buscamos en el exterior las cosas que consiguen complementar aquello que nosotros ya sabemos hacer, cosas que nosotros no sabemos resolver internamente.

### ¿El futuro de la banca minorista pasa inexorablemente por los dispositivos móviles?

Sí. Hoy el acceso vía móvil y web son las prioridades. Tenemos como objetivos duplicar nuestra capacidad de clientes que acceden a la banca online y multiplicar por cuatro los de móvil. Se estima que en el futuro la gente entrará a los bancos una o dos veces al año a través de la sucursal; cinco o siete veces al mes a través de web, y de 15 a 20 veces a través del móvil. Los canales digitales son cada vez más relevantes y también lo son para nosotros. La oferta digital BBVA es una de las prioridades, hoy por hoy.

### Toda esta información genera volúmenes de datos increíbles. ¿La gestión del *big data* es también un reto, una prioridad?

Telecomunicaciones y bancos son las dos industrias que mayor oportunidad tienen en el desarrollo de *big data*. Tenemos un montón de información. Sacamos el máximo provecho del *big data* para desarrollar productos que se ajusten más a lo que necesitan nuestros clientes. Estamos en

varios proyectos que tienen que ver con el uso de datos masivos, tanto en el ámbito interno como externo.

### ¿Es posible concretar esos proyectos?

Lo que puedo decir es que hemos estado trabajando en cosas para ayudar a ayuntamientos. También hemos lanzado iniciativas para medir el impacto económico de eventos, como, por ejemplo, el Mobile World Congress de Barcelona de 2013. Entonces usamos *big data* para conocer cómo afectaba a la economía de Barcelona. También centramos nuestros esfuerzos en este ámbito en empresas y ciudadanos.

### ¿Por dónde pasan los retos tecnológicos del sector bancario?

Lo retos, claramente, pasan por los negocios digitales. La oferta digital en un sentido amplio, con el móvil en el centro, es la protagonista. Todo lo que tenga que ver con *big data*, todo lo que es *data-driven*, no sólo en el terreno económico, sino en general, es una de las grandes áreas de oportunidad en innovación. Y, por supuesto, todo aquello que tenga que ver con evolucionar los sistemas de pago.

### ¿Cómo atrae el talento el Centro de Innovación BBVA?

Lo primero que hacemos son actividades y eventos para atraer a esa gente con la que nos interesa trabajar. El año pasado hicimos alrededor de 130 eventos en el centro, por donde han pasado más de 12.000 personas en un año. Un ejemplo. Cuando tenemos un *partner*, como el MIT o Stanford, si están en Europa o vienen a vernos a España, les pedimos que nos visiten para que nos den una charla, gratis y abierta, en el auditorio del Centro de Innovación.



## Un directivo pegado al talento

La dilatada experiencia directiva de Gustavo Vinacua en materia de telecomunicaciones y tecnología le convierte en una de las voces más autorizadas en este ámbito. Profesional de reconocido prestigio con más de 15 años desarrollando su labor directiva, Vinacua ha liderado proyectos de todo tipo, entre los que destacan los dedicados a la gestión del cambio y el talento en entornos complejos. Firmas de prestigio internacional como Ericsson, Amena o France Telecom, entre otras, han contado con la impronta del actual director del Centro de Innovación BBVA, a lo largo de su trayectoria profesional. CRM, investigación de mercados, estrategia de precios, experiencia de clientes y desarrollo de negocios son algunos de los proyectos que Vinacua ha desarrollado a lo largo de sus diferentes etapas.

Hoy está al frente del Centro de Innovación de BBVA. Inaugurado el 7 de julio de 2011, innovación y emprendimiento son el binomio en el que se fundamenta la actividad del centro. "Lo que intentamos es aprovechar al máximo el talento y las ideas, estén donde estén", explica el director del Centro de Innovación de BBVA. En el ámbito de la digitalización, por citar uno de los ámbitos en los que trabaja el centro, la entidad pone las últimas tecnologías al servicio del cliente, a la vez que contribuye a alcanzar los objetivos de digitalización definidos hasta 2016, que incluyen multiplicar por dos el número de clientes *online* y por cuatro los de banca móvil.

### ¿Y a escala local?

Además de esto, hacemos cosas con el ecosistema local. Todos los Hacks & Hackers, eventos como Iniciador, todo aquello alrededor de la innovación, el emprendimiento y la tecnología que sucede en España. Todo ello tratamos de hacerlo en el Centro de Innovación BBVA. El objetivo es atraer a esa gente y que nos frecuente lo máximo posible para, de ese modo, poder aprovechar esa interacción con ellos.

### Hábleme del Living Lab.

Esta es otra de las cosas que hacemos con clientes o potenciales clientes. Les dejamos que vengan a ver los proyectos, se los mostramos *in situ*. Allí, en un lugar que hemos llamado Living Lab, les enseñamos cómo trabajamos, pero también captamos sus reacciones. Observamos cómo interactúan mediante cámaras, observamos, buscamos un *feedback*, queremos conocer de este modo qué les parece lo que estamos preparando, algo que, claro está, nos sirve para mejorar el producto antes de que salga al mercado.

### ¿Cómo podría definir en pocas palabras el modelo de innovación de BBVA?

Se trata de un modelo de innovación colaborativo y abierto que pretende aprovechar al máximo las ideas, estén donde estén.

### ¿Qué proceso lleva a cabo el Centro de Innovación BBVA para detectar oportunidades?

Lo hacemos de varias maneras. Nosotros tenemos un conocimiento profundo de nuestra industria y de sus retos. Tenemos una agenda de cosas que creemos que hay que mejorar. Clayton M. Christensen escribió, hace 30 años, en *El dilema*



“La entidad busca reforzar su posicionamiento frente a la competencia de nuevos actores digitales”

del innovador, que a las grandes empresas les cuesta mucho innovar porque tienen las orejas de su propia industria, de lo que uno sabe de su propio negocio.

#### **Y ese pensamiento disruptivo ¿se encuentra en las start-ups?**

Así es. En ocasiones está en pequeñas *start-ups* que no tienen esas limitaciones. Miramos mucho allí, en el programa BBVA Open Talent, que es un *start-up competition*. El año pasado se presentaron 916 *start-ups*. Apoyamos económicamente a los ganadores, con 100.000 euros, para que desarrollen mejor un producto en concreto, en ocasiones para probarlo nosotros dentro de la casa.

#### **¿Puede destacar algún proyecto de innovación más disruptiva?**

Hace muy poco hemos lanzado Wizzo. Permite a la gente usar el dinero de una manera diferente, adaptándolo a los hábitos de un público joven. Mediante esta aplicación se puede enviar y pedir

dinero con un sencillo mensaje, hacer botes entre amigos, sacar efectivo de un cajero sin tarjeta y organizar planes de ahorro. El servicio que proporciona Wizzo es totalmente online y no hay necesidad de ser cliente de BBVA. La entidad, con este tipo de aplicaciones, quiere adelantarse a la nueva generación de servicios financieros y reforzar su posicionamiento frente a la competencia de nuevos actores digitales.

#### **¿Y qué hay de Chances?**

Cierto. También hemos impulsado otro producto que se llama Chances. Chances es una de las aplicaciones ganadoras que han surgido de nuestro Innova Challenge, donde animamos a terceros a construir contenido a partir de nuestros datos. Pretende ayudar a los emprendedores a determinar qué negocio abrir y dónde. Lo hace usando las transacciones de tarjeta. Un ejemplo. Digamos que quieres abrir un bar en una zona. La aplicación te

geolocaliza y te dice qué otros bares existen en la zona, cuánto gastan los clientes, a qué horas, si existe mucha competencia, etcétera. Se trata de un producto que, además del éxito, nos ha permitido reclutar a dos *data scientists* que ahora forman parte de BBVA.

#### **Otro de los últimos lanzamientos más innovadores es BBVA Wallet.**

Cierto. BBVA Wallet es una aplicación móvil, disponible tanto para iOS como para Android, que ha puesto a disposición de los clientes de la entidad una nueva forma de gestionar las transacciones de sus tarjetas de manera rápida y segura a través de sus *smartphones*. Ya hemos superado las 110.000 descargas. Desde su presentación, el 3 de diciembre de 2013, BBVA Wallet ya cuenta con más de 104.000 descargas. Además, según las últimas cifras recogidas, los usuarios no sólo se descargan la aplicación, sino que la utilizan de manera asidua, acceden a ella una media de cuatro veces a la semana.



2



3



5



## GADGETS

1

### FORERUNNER 620

El reloj deportivo de Garmin tiene pantalla táctil y GPS, y te ayuda a potenciar tus entrenamientos midiendo varios parámetros, como el ritmo cardíaco. [www.garmin.com](http://www.garmin.com)

2

### VAIO FIT 11A

Pantalla táctil de 11 pulgadas giratoria y tecnología Triluminos, cámara de 8 megapíxeles y NFC. Formato pequeño y ligero, con Photoshop preinstalado y lápiz táctil. [www.sony.es](http://www.sony.es)

3

### NEST THERMOSTAT

Aprende a ahorrar energía y controla la temperatura de tu casa en cualquier momento y lugar, desde tu *smartphone*, gracias a este *gadget* de Nest. [nest.com](http://nest.com)

4

### LEICA C

Nueva cámara compacta digital con Wi-Fi y NFC integrados, 12 Mp, vídeo full-HD, altas prestaciones fotográficas y control remoto desde *smartphone*. [leica-camera.com](http://leica-camera.com)

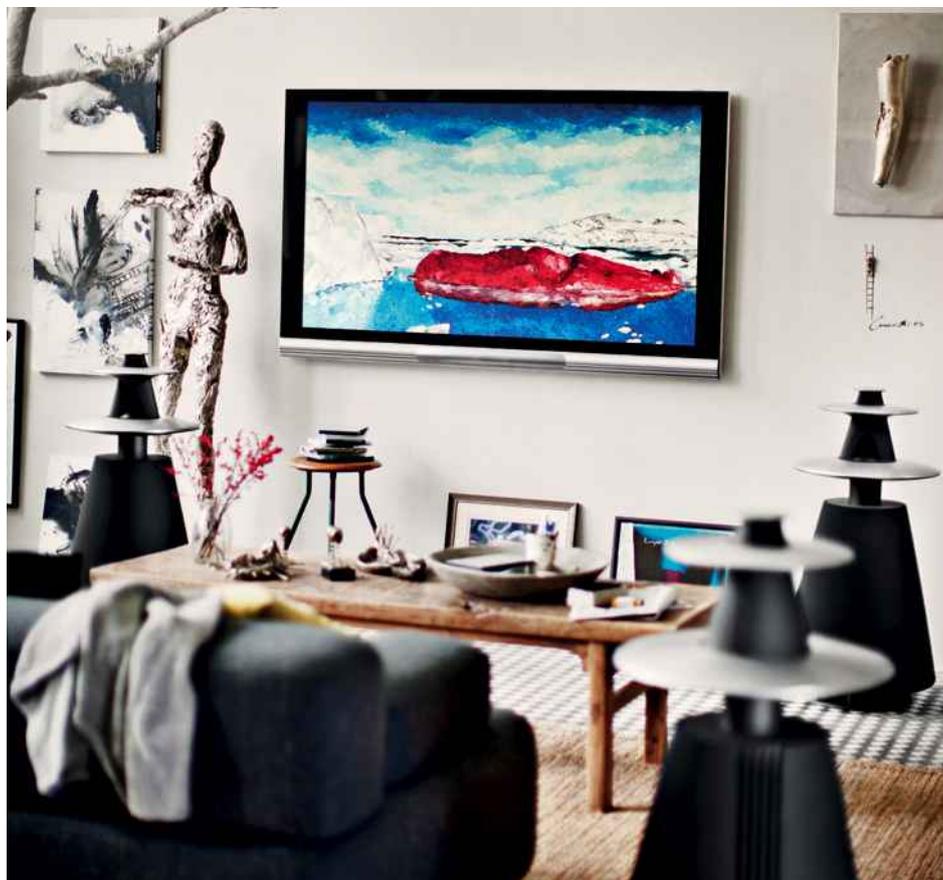
5

### CHARGE CARD

Nomad lanza un cargador compatible con iPhone, iPad y móviles con micro USB que cabe en tu cartera. Sólo tienes que conectarlo a un USB y a tu móvil. [hellonomad.com](http://hellonomad.com)

## HI-TECH

## Disfruta del cine privado en casa



IMAX Corporation, la empresa que comercializa el formato cinematográfico gigante, anunció, a mediados del año pasado, su intención de ofrecer su espectacular sistema de cine en hogares particulares. A finales de octubre, la compañía se alió con **PRIMA Cinema**, una empresa que ofrece un sistema exclusivo para aquellos que quieren disfrutar en casa de los últimos estrenos el mismo día de su lanzamiento. Se trata de un dispositivo que se conecta a la red privada de la empresa para descargar la película directamente a nuestro televisor. Si contamos con un Bang & Olufsen, la calidad es infinitamente mejor que la del blu-ray y puede reproducir en 3D.

**SONIDO Y COMODIDAD**

Te damos la bienvenida al mejor sistema de home cinema de la ciudad. Así de claros son los británicos **Bowers & Wilkins** al presentar el sistema CT 700,

unos altavoces que dejarán totalmente satisfechos a los amantes del cine. ¿Y qué sería un cine en casa sin unos **asientos de calidad**? Empresas como CINEAK ([www.cineak.com](http://www.cineak.com)) o Fortress Seating ([www.fortressseating.com](http://www.fortressseating.com)), entre otras, venden e instalan todo tipo de asientos que harán que el sofá pase a mejor vida.

**PROFESIONALIDAD**

Pero si queréis poner la instalación de un home cinema en casa en manos de profesionales, hay muchas empresas que se dedican a ello y cuidan hasta el último detalle. En nuestro país, **Cine-Premium** ([www.cinepremium.com](http://www.cinepremium.com)) lleva más de dos décadas haciendo instalaciones de cines privados de lujo. El cliente sólo tiene que preocuparse de proporcionar un presupuesto y los planos de la sala, y la empresa creará su cine particular adaptado a su hogar.

**BOWERS & WILKINS CT700**

Un sonido más real y envolvente con un diseño compacto que puede adaptarse a diferentes home cinema. Estos altavoces cuentan con las tecnologías más innovadoras, como la caja acústica Nautilus o los tweeters de aluminio, diseñados para proyectar un audio más potente y auténtico.

**ANTHEM AVM 50V 3D**

Este procesador de audio y vídeo cuenta con 8 salidas HDMI y los sistemas Dolby TrueHD y DTS-HD Master Audio, los dos formatos más punteros y con mejor calidad de sonido y frecuencias. Incluye un sistema propio de corrección de audio que ajusta automáticamente los parámetros de sonido respecto a la posición del usuario.

**PRIMA CINEMA**

Prima Cinema es un reproductor de vídeo que le ofrece la posibilidad de adentrarse en el círculo de los *elegidos* que, tras descargarse de la red la misma película que están estrenando en el cine, podrán visionarla durante 24 horas. Su precio –alrededor de los 35.000 dólares y 500 euros por película– lo convierte en un capricho de lujo.



## ESCAPADAS

### Valle del Jerte: perderse entre cerezos en flor

Existe un valle, en la provincia de Cáceres, donde la naturaleza domina el paisaje. Donde la tierra no guarda espacios para altos edificios modernos, sino que mantiene sus jóvenes orígenes integrando construcciones rurales en armonía con sus reposados elementos: un río que cruza la cuenca gobernada por altas y frondosas montañas, donde su

exuberante vegetación ofrece cada primavera un espectáculo protagonizado por el millón de cerezos que florecen vistiendo de blanco cada rincón del Valle del Jerte.

#### Fauna, tradición y armonía

Esta perdida comarca del norte de Extremadura, también conocida como *valle cereza*, encuentra su magia en los mismos elementos que ofrece. **Piscinas naturales** de aguas cristalinas procedentes del deshielo del cauce del río Jerte, que han inspirado la creación de un centro de *spa*. Rutas de **senderismo** por las montañas que dibujan el contorno del valle, donde la diversa colección de fauna vegetal y animal lleva la

imaginación a épocas donde humanos y tierra tenían la misma esencia, y que convierten la montaña en un lugar perfecto para practicar distintas actividades, desde la escalada hasta el *birding*. La **Garganta de los Infiernos**, una reserva natural entre la sierra de Tormantos y la sierra de Gredos, en la que se puede contemplar el río en su modo más salvaje, entre numerosas cascadas y saltos de agua. Pero el principal reclamo turístico llega en los meses de marzo y abril, cuando el blanco de la nieve de las montañas deja paso al florecer de los cerezos. Las cerezas picotas dan fama a este valle, y sus habitantes se visten de gala para celebrar **la Semana del Cerezo en Flor**, una fiesta que une todos los pueblos de la comarca con actividades gastronómicas, tradicionales y culturales. Así, cubierto por el mantel blanco de las flores del cerezo, el Valle del Jerte se convierte en una agradable visita para quienes les guste disfrutar de los paisajes y la pausa del entorno natural.



El Valle del Jerte  
mantiene un paisaje  
primitivo presidido  
por el mantel blanco  
de la flor de un  
millón de cerezos

## GASTRONOMÍA



## La vuelta al mundo en sabores

Las compañías aéreas cuidan cada vez más los menús que sirven durante sus vuelos transatlánticos. Algunas de ellas se han sumado a la idea de muchos hoteles de ofrecer manjares creados por cocineros con estrellas Michelin, como Richard Ekkebus (KLM, consulte el menú en su web [goo.gl/m2INi6](http://goo.gl/m2INi6)), Heston Blumenthal (British Airways, [goo.gl/7fQeB1](http://goo.gl/7fQeB1)), Michelle Bernstein (Delta), Joël Robuchon (Air France) o el televisivo Gordon Ramsay (Singapore Airlines) para preparar los platos de los pasajeros de primera clase.

Cuidando todos los detalles, estas preparaciones gourmet se acompañan de los mejores vinos y licores, a semejanza de restaurantes de renombre. Incluso los cubiertos de plástico dejan paso a una vajilla y cristalería completas.

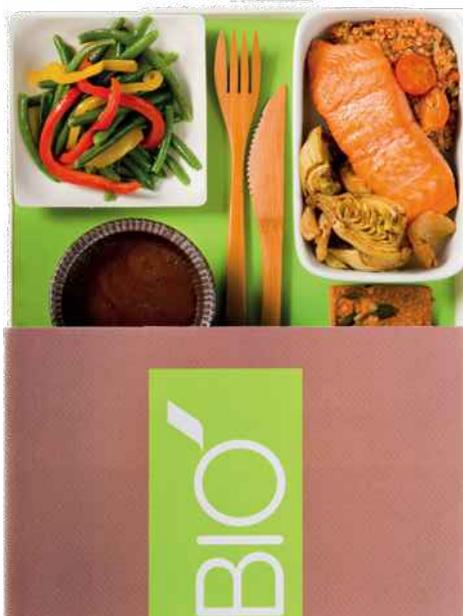
## Creaciones de altos vuelos

Los platos se preparan de forma creativa, añadiendo aromas relacionados con la nacionalidad de la aerolínea o la zona geográfica de destino. En esos menús de lujo se tienen en cuenta los sabores locales de cada país o región, así como los productos de temporada y las últimas tendencias.

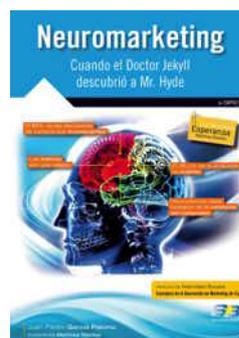
Todo se prepara fuera del avión, antes de que despegue el vuelo, como si se sirviese de inmediato en un restaurante, pero,

cuando la comida está lista, se enfría rápidamente para calentarla después a la temperatura apropiada, exactamente, a 38 °C. El último toque es la única excepción, un poco de salsa, de aceite de oliva o la decoración fresca, que se añade a bordo.

Los sentidos del gusto y del olfato pueden verse reducidos a un 60% debido a la presurización de la cabina, por lo que se sirven comidas sanas pero bien especiadas, para no perder su esencia. Una combinación de sabores que deleitará a los paladares de las filas delanteras del avión.



## LECTURAS



## Neuromarketing: Cuando el Doctor Jekyll descubrió a Mr. Hyde

Juan Pedro García Palomo y Esperanza Martínez Montes.

Ed. STARBOOK

Es importante conocer nuestro *target* y sus valores. En este libro descubriremos cómo llegar a la mente de nuestros consumidores potenciales y las claves del neuromarketing, un factor fundamental que considera las emociones de los clientes para adaptar y precisar nuestro mensaje.



## La tormenta perfecta

Enrique Alcat, Ed. Deusto

Enrique Alcat, experto en la gestión de crisis de comunicación, expone y analiza los diez casos de crisis que conmovieron España en 2013 y que agudizaron el desprestigio interno y externo del país. Hace un análisis de cómo se gestionaron en su momento y de cómo debieron resolverse.

## ■ CARMEN AMORAGA

# “Las redes sociales son una forma perfecta para comunicarnos”

En *La vida era eso*, novela con la que Carmen Amoraga ha ganado, este año, el prestigioso Premio Nadal, a su protagonista, Viviana, se le muere su marido. Se hunde. Y, poco a poco, va emergiendo desde dentro de sí y recuperando cierta alegría de vivir, en parte, gracias a las redes sociales, Facebook, concretamente, donde Viviana encuentra el apoyo y la comprensión de muchísima gente. Carmen Amoraga también usa las redes sociales a diario para comunicarse con la gente que quiere. Hablamos con la escritora valenciana sobre el impacto que han tenido las nuevas tecnologías en su vida como escritora.

### En su novela están muy presentes las redes sociales, ¿cree que han afectado de alguna manera a la literatura?

Creo que la literatura contemporánea ha de incluirlas en sus páginas de la misma manera que antes se incluyeron las cartas o las llamadas telefónicas. Si reproduces el mundo del siglo XXI, sin duda han de estar presentes.

### En su vida también lo están, ¿le parece una buena forma de comunicarse con los demás?

Me parece una forma perfecta. Todo pasa aquí y ahora, el mundo está a mi alcance, las respuestas son inmediatas... Es una revolución. Yo

comparto el temor de ciertas voces críticas que apuntan que quizá es demasiado *fácil* establecer relaciones y que las personas tímidas, con pocas habilidades sociales, puedan sentirse tan cómodas en este mundo virtual que lo que en principio es un complemento del mundo real pase a ser un todo.

**“A quien dice que las nuevas tecnologías son frías, yo le pregunto: Pero ¿cuánto tiempo hace que no te abrazas con nadie que no sea de tu familia?”**

### ¿En qué medida ha ayudado la tecnología en su vida como escritora?

Buscar documentación es tremendamente sencillo, ahora.

### ¿Sabe ponerle límites a las tecnologías o hay veces que se ve desbordada por ellas?

Cualquiera diría que está hablando de una herramienta diabólica, cuando los diabólicos, en todo caso, serían quienes las utilizan indebidamente. Una herramienta es una herramienta y punto. El uso que se le dé ya es otro cantar.

### Cuando le felicitan por su cumpleaños, ¿prefiere que lo hagan hablando por teléfono o le da igual la forma en que lo hagan?

Lo que me gusta es que se acuerden de mí, da igual el medio por el que me feliciten. A quien dice que las nuevas tecnologías son frías, yo respondo que creo que las redes sociales nos han ayudado, incluso, a mostrarnos más afectuosos con el resto, aunque sea de un modo virtual.

# DELTA CAFÉS RUNS SAP.

The Best-Run Businesses Run SAP™



La importancia de las cosas sencillas

# SAP® Fiori

UNA EXPERIENCIA INCONFUNDIBLE

SAP desde cualquier dispositivo: terminales de escritorio, smartphone, tabletas...

Mayor productividad y satisfacción del empleado.

25 aplicaciones que abarcan las funciones de negocio más utilizadas.

Soluciones para roles de usuario: gerente, empleado, agente de ventas o de compras.

