



**CANALES**



**8 ACTUALIDAD**

Acuerdos e Iniciativas

**44 CANALES ESPECIALIZADOS**

44 Exclusive Networks aboga por el valor de la innovación

46 SAP cimienta la evolución de los Laboratorios Diet Esthetic

**50 VOZ DEL CANAL**

50 HP celebra los 25 años de sus LaserJet

52 Basware quiere colonizar el mercado

54 Ricoh trae su modelo de “pago por uso” al canal de TIC

**56 PROTAGONISTA**

Ramón Planet, director de Ventas y Canal de AMD para España y Portugal

**62 REPORTAJE**

SAM. El software se convierte en un elemento diferenciador

**66 A FONDO**

66 Best Buy Easy Home TDT SD REC / i-Dog amp´d

**67 GALERÍA DE PRODUCTOS**

**81 PUNTO DE ENCUENTRO**

**82 ÍNDICE DE ANUNCIANTES**



Su partner Com&Geinsa implanta SAP Business One en esta empresa

## SAP cimienta la evolución de los Laboratorios Diet Esthetic

G.L.

**C**recer y desarrollarse como empresa lleva consigo una evolución necesaria en la estructura de la misma, de cara a afrontar los nuevos retos que se presentan en la actividad diaria. A esta problemática se ha tenido que enfrentar Laboratorios Diet Esthetic, cuyos sistemas de información "limitaban nuestro crecimiento, ya que la dispersión de información suponía un gran inconveniente para la correcta gestión de la misma y la posterior toma de decisiones", comenta Manuel Mata, director general de esta empresa, que se refiere así a los objetivos principales que se fijaron para su nuevo sistema de información: "La unificación total de los datos y los procesos de la compañía, que ofreciera a la Dirección una visión única y real. Asimismo –sigue–, fue muy importante el hecho de que se tratara de una

solución ágil y flexible que permitiera crecer y adaptarse a las necesidades actuales y futuras, sin que ello supusiera una implantación traumática y dilatada en el tiempo".

Después de analizar algunas de las múltiples soluciones que el mercado ofrecía, la solución seleccionada fue SAP Business One y a Com&Geinsa como partner de implantación. "La facilidad de uso de la aplicación, las herramientas para el análisis y la explotación de la información, así como la seguridad de la continuidad y evolución que ofrece la marca SAP y la experiencia de Com&Geinsa en la implantación de proyectos de similares características, fueron factores determinantes en la decisión", asegura el propio Mata.

En este punto interviene Blas Moreno, consejero delegado de Com&Geinsa, que recuerda que tras el primer contacto estableci-

do con Laboratios Diet Esthetic “se realizó una primera consultoría previa y análisis de sus necesidades y circuitos. A partir de este hito, y una vez confirmada la conveniencia e idoneidad de una herramienta como SAP Business One para dar solución a todos los puntos planteados, se elaboró una propuesta de solución que finalmente fue seleccionada y nosotros como partner de implantación”.

En este sentido, cabe destacar el trabajo conjunto que hacen empresas como Com&Geinsa con el fabricante SAP. Así lo indica Ricardo Regaño, channel manager de SAP Business One, al afirmar que “desde el área comercial se trabaja en colaboración con el partner para visitar a clientes potenciales. A través del área de marketing se desarrollan planes comunes en función de su especialización tanto en producto como en mercado. Dichos planes de colaboración se manifiestan en campañas de información, telemarketing posterior, eventos especializados, presentaciones a asociaciones, grupos profesionales, etc.”.

### NECESIDADES DEL CLIENTE

Entrando de lleno en las necesidades que tenían los Laboratorios Diet Esthetic, sus sistemas de información estaban basados en aplicaciones ofimáticas aisladas, lo que suponía mantener sus datos dispersos, con la dificultad de explotación y consolidación que ello supone.

Así pues, los objetivos principales que se fijaron fueron la unificación total de todos los datos y procesos de la compañía, de modo que ofreciera a la Dirección una visión única y real, y que además se tratara de una solución ágil y flexible que permitiera crecer y adaptarse continuamente a las necesidades actuales y futuras, todo ello sin que supusiera una implantación traumática y dilatada en el tiempo.

“Asimismo, ante la proyección internacional que está experimentando la compañía, necesitaban disponer de un sistema que permitiera gestionar múltiples divisas, dado que sus operaciones se realizan con clientes y proveedores que trabajan con diferentes monedas, y al mismo tiempo un sistema multi-idioma, capaz de adaptar los documentos comerciales, detalles de producto y otras co-

## Apunte

### Com&Geinsa, un partner aplicado

“El uso de la tecnología ha sufrido una evolución constante en nuestros 35 años de actividad, esto nos llevó en el año 2003 a focalizar nuestros esfuerzos en soluciones dirigidas a la pyme, donde denotamos unas necesidades inminentes de disponer de servicios especializados, tal y como tradicionalmente había reclamado la gran corporación”, recuerda Blas Moreno, consejero delegado de Com&Geinsa, que continúa: “A partir de esta nueva visión del mercado y conociendo, sin lugar a dudas, el liderazgo que SAP tiene a nivel mundial en el ámbito empresarial, decidimos establecer esta alianza estratégica, que nos permite ofrecer soluciones con un alto grado de calidad”.

Tanto es así que el personal de Com&Geinsa que se implica en un proyecto de implantación de SAP Business One se encuentra inmerso en un proceso de certificación continua. “Es muy importante destacar también que en nuestra relación con SAP encontramos siempre respeto en el trato, consideración e intercambio mutuo de información” concluye.



municaciones, a la lengua del interlocutor comercial en cada caso”, añade Blas Moreno.

### RÁPIDA IMPLANTACIÓN

La implantación fue realizada de forma rápida y sencilla, dentro de los plazos inicialmente definidos en la planificación del proyecto (de 6 a 8 semanas). Además, fue delimitado en fases, siguiendo la metodología de implantación de Com&Geinsa:

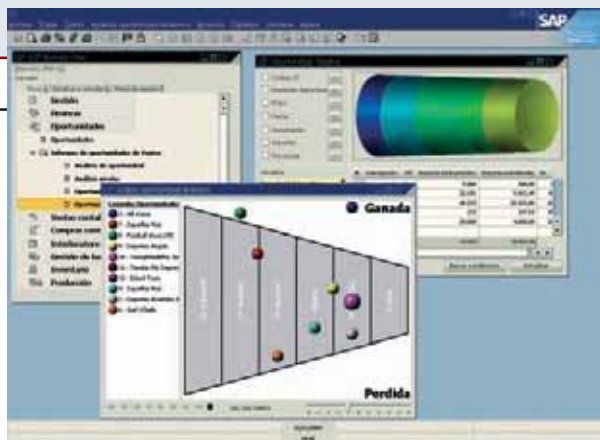
- **Consultoría inicial y toma de datos.** Fase en la que se realiza un análisis detallado de las necesidades y circuitos de la compañía y su correspondiente implicación en SAP Business One.
- **Elaboración del documento de análisis funcional,** que detalla cada uno de los puntos tratados en la fase anterior y que se revisa y certifica entre ambas partes. Este documento establecerá la “Hoja de Ruta” de todo el proyecto.

“Era necesario un sistema que gestionara múltiples divisas e idiomas”

## Apoyo al canal

“SAP tiene un programa de partners, denominado SAP PartnerEdge, que ofrece múltiples ventajas y recursos para empresas del ámbito de las TIC y de los servicios de consultoría. Junto a ello, es importante resaltar que SAP Business One es un software que cubre las funcionalidades básicas para las pymes, y que incorpora las herramientas de desarrollo necesarias para poder desarrollar y personalizar en detalle las necesidades propias de cada cliente, así como modelar la solución a su medida”, comenta Ricardo Regaño, channel manager de SAP Business One.

“El modelo de canal de SAP –prosigue– está basado en la calidad de nuestros partners y en su conocimiento del negocio en cada territorio y sector concreto. Por nuestra parte, se ofrecen servicios y beneficios en ámbitos como la formación, el desarrollo de soluciones, la generación de negocio y las ventas o el marketing. Y otro punto relevante es la labor de certificación de aplicaciones de software desarrolladas por el partner”.



### Los beneficios obtenidos han sido claves para lograr una mayor facturación

- **Parametrización de la aplicación.** Los consultores y técnicos de desarrollo realizan sobre la aplicación SAP Business One los ajustes y parametrizaciones generales para cubrir los circuitos y necesidades en la gestión de Laboratorios Diet Esthetic

- **Certificación,** junto con el cliente, de todos los circuitos y parametrizaciones desarrolladas, de cara a que se adecuen a lo establecido en el documento de Análisis Funcional.

- **Migración de datos.**

- **Formación de los usuarios** en todas las áreas involucradas en el proyecto.

- **Puesta en producción** de la solución.

- **Soporte post-implantación.**

Como era de esperar, los beneficios para el cliente no tardaron en hacerse visibles. Como bien indica Manuel Mata, destacan los siguientes: “Información accesible y en tiempo real, integración de todos los procesos de

la empresa bajo una única visión y sistema, obtención de la cuenta de gestión por gama de productos, márgenes y rentabilidad de líneas de negocio, reducción de la oferta de productos en un 50% para dedicar los esfuerzos comerciales en el 50% restante (que suponían el 95% de ventas de Laboratorios Diet Esthetic), control y gestión de los stocks de productos en tiempo real, incorporación a la toma de decisiones empresariales de información de *management* de gestión fiable y veraz, información on-line del control operacional y de los procesos, y finalmente, capacidad de gestión de toda la documentación comercial y comunicados en la lengua de cada interlocutor comercial”.

“Disponer de estos beneficios nos ha permitido obtener un crecimiento muy significativo en los últimos ejercicios, la apertura de nuevos mercados exteriores y la potenciación de determinadas líneas de producto”, reconoce el director general de este cliente.

“Eso sí –interviene Blas Moreno– no hay que olvidar que el paso siguiente a cualquier implantación es el soporte de calidad y mantenimiento, tanto en su fase evolutiva como correctiva, de cara a garantizar la continuidad de la solución y la adaptación a los nuevos retos y necesidades de los clientes, bien sea por su propia evolución y cambios de la compañía, como por impositivos tecnológicos o legales”.

CD



914 567 200 / [www.sap.com](http://www.sap.com)  
932 651 950 / [www.comgeinsa.com](http://www.comgeinsa.com)