

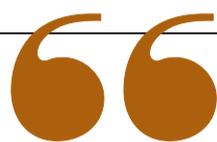


Hoy pervive pero describe una realidad que no tiene nada que ver con la de los años ochenta a la que entonces hacía referencia.

Susana Llanea: La transformación digital implica un cambio cultural que en las empresas debe ser liderado desde arriba cuando en ocasiones la dirección no percibe su necesidad y debe ser el departamento financiero el que la haga ver. Y las empresas pequeñas lo tienen difícil. Si no hay un cambio de mentalidad no tendrá éxito.

Luis Manuel Álvarez: Hay un problema de concienciación, pero lo más difícil es implantarlo. Y el tamaño importa. Si las empresas grandes lo tienen difícil, las pequeñas mucho más. Lo que hicimos en Campoastur está bien, pero no es nada especial. Aplicaciones como el reconocimiento facial de animales, los robots de ordeño, la conectividad de los establos... otorgan un plus de calidad de vida y ha sido más decisivo esto que la búsqueda de retornos. Quizá sirva para fijar población. Estamos muy contentos con lo que hemos hecho, pero no debemos quedar solo ahí.

A. Blanco: La transformación tecnológica es tan rápida que puede aportar posibilidades que van más allá de la capacidad que se



Las opiniones



“Es un paso necesario para mejorar la competitividad, la productividad y la eficiencia”

Rafael González
Director de empresas de Caja Rural de Asturias



“La innovación, que exige riesgo e impacto, es lo que media entre la transformación digital y la competitividad”

Pablo Priesca
Director general de CTIC



“O entras en la rueda o serás una empresa que se caiga. El talento prima por encima de todo”

Susana Llanea
Directora financiera de Idonial



“Hay 30.000 empresas con aplicaciones de gestión descatalogadas y software ilegal”

Alejandro Blanco
Director del área digital de Seresco



“Sin visión estratégica no hay nada y todas las direcciones de la empresa deben estar alineadas”

Pablo Martín
Presidente y consejero delegado de Izertis



“Aplicaciones digitales en el agro mejoran la calidad de vida y pueden ayudar a retener población”

Luis Manuel Álvarez
Responsable financiero de Campoastur

tenga para usarlas. Cuanto más conoces y avanzas en las posibilidades que permiten las tecnologías, no te acercas al objetivo, sino que te alejas de él porque, por más que avances, la tecnología lo hace aún más.

P. Martín: Es el paradigma general del conocimiento: cuanto más conoces, más consciente eres de lo que desconoces.

P. Priesca: La adopción social de la tecnología puede tardar diez años en llegar. Hay más tecnologías disponibles que el uso que se puede hacer de ellas. Por eso, más que una mera introducción de herramientas tecnológicas, lo importante es tener una estrategia de negocio.

R. González: Las empresas pequeñas no se pueden permitir tener un director de transformación tecnológica. Y se precisa una visión global: todos los departamentos de la organización deben adaptarse. El área económica de la empresa suele tener una adopción óptima de herramientas, pero es más difícil aplicarlas al conjunto de la organización para hacer posible la transformación digital.

A. Blanco: No hay una visión global, sino impulsos. Hay 30.000 empresas con aplicaciones de gestión descatalogadas, en ocasiones con software ilegal y con sistemas operativos obsoletos (incluida la Administración pública), que entrañan una brecha de seguridad y que son campo para ciberataques. Con esta obsolescencia no cabe el aprovechamiento del big data (gestión y tratamiento de datos masivos) y a veces no hay ni datos o están dispersos y no son interoperables. Alguna gran empresa de telecomunicaciones tardó tres años en hacerlos homogéneos para poder monetizar los datos. La banca ya es un servicio basado en tecnología y hoy tiene un conocimiento financiero del cliente superior al que tiene el propio cliente de sí mismo.

P. Priesca: Si hay un sector que lidera la transformación es la banca, y en España por delante de otros países.

P. Martín: Yo disiento de que la función del director financiero sea más relevante. Pondría en primer lugar al director general y al consejero delegado porque se precisa una visión (ligada a la estrategia) y esto es competencia de la alta dirección. Y en segundo lugar de responsabilidad sitúo al director de personal y de recursos humanos, porque es imprescindible una transformación cultural en la empresa. Yo creo que la implantación es la parte más fácil. Lo más complicado es el cambio cultural. Sin visión estratégica no hay nada. Y todas las direcciones de la empresa deben estar alineadas.

L. M. Álvarez: El director general debe hacerlo rápido porque el cambio va ocurrir inevitablemente.

P. Martín: Esa es la pregunta perfecta: ¿cuándo? En algún sector el momento fue hace cinco años y quien no lo haya hecho llega tarde. En otros aún se está a tiempo. Pero si te tienes que hacer la pregunta de “cuándo”, igual es que ya llegas tarde.

P. Priesca: Esto va de visión global. Desde una perspectiva financiera cortoplacista quizá no se ve la necesidad de invertir en la transformación, por lo que, si no se tiene una visión estratégica a medio y largo plazo, no se haría. Y esta visión no cortoplacista es necesaria para adaptarte a un mundo imprevisible.

S. Llanea: El talento prima por encima de todo. Lo que diferencia a unas empresas de otras son las personas. Si gestionas el talento, lo podrás hacer. La tecnología se puede comprar pero se necesitan talento y recursos humanos. Si eres capaz de gestionar y automatizar lo rutinario podrás destinar las personas a generar valor añadido y dedicarlas al proyecto estratégico de futuro. O entras en la rueda o serás una empresa que se caiga.

Es un proceso complicado, en el que es ardua la mentalización que requiere, así como la implantación

Cuanto más se conocen las posibilidades, más lejos se está porque la técnica va más rápido

A. Blanco: Vemos lo que nos viene. Pero no puedes pasar de cero a cien porque te atasca. Primero hay que racionalizar los procesos. El proceso es como un tren con vagones y locomotora y hay que evitar que ese convoy se rompa. Hay empresas en sectores estratégicos que languidecen por falta de relevo y no haber abordado la transformación digital, y micropymes que han pasado de 4 a 6 empleados y producen cuatro veces más tras adoptar la robotización e incorporación tecnológica.

L. M. Álvarez: El dueño del dinero debe ver el valor añadido. Porque lo hay. Pero la evolución es tan rápida que cuando logras dominar una herramienta ya se ha vuelto obsoleta y hay que cambiarla.

P. Priesca: Si algo va a permanecer es el cambio. El cambio será permanente.

R. González: Hay empresas (no la mayoría) conformistas por el miedo a asumir riesgos.

L. M. Álvarez: Es una decisión complicada para gente acomodada, y más si no percibe el valor añadido.

P. Priesca: Entre la transformación digital y la competitividad hay un vacío que cubre la innovación. Y para innovar se necesitan dos condiciones: exige riesgo e impacto. Y este último, aunque no sea inmediato, debe ser buscado.