



Santiago Aparicio,
Presidente de CECEAL

big data, etc., donde la tecnología avanza inexorablemente, es imposible pensar que uno puede quedarse al margen, tanto para el desarrollo y control del propio negocio, como para mantener su relación con terceros clientes, proveedores y con la Administración.

Es verdad que al autónomo o pyme, les cuesta más el poder realizar la inversión necesaria para su implantación que a la gran empresa, pero de acuerdo a sus necesidades económicas, no puede dejar de considerar prioritario este apartado, pues no solamente el crecimiento de su negocio está en juego, sino la propia permanencia.

Precisamente con la digitalización se puede conseguir que un autónomo, o pyme pueda trabajar en entornos similares a las grandes empresas.

En el caso concreto de los despachos de asesorías, donde casi todas las Administraciones Públicas han avanzado de una forma impresionante y, en donde las propias normas legales obligan a que la forma de comunicación sea a través de internet, no hemos tenido más remedio que adaptarnos a esta nueva situación. Y creo que esto no ha hecho sino comenzar. Tenemos que seguir avanzando.



Carlos Reinoso, Director General de ASPAPEL

El desarrollo de la industria inteligente es una gran oportunidad para la reindustrialización, que traerá consigo importantes inversiones. Y entre los sectores clave para esa "reindustrialización inteligente" está el papelero, que en los cuatro últimos años ha invertido más de 1.400 millones de euros en innovación y renovación tecnológica e incrementos de capacidad.

La digitalización de los procesos de fabricación de celulosa y papel nos permite una mayor eficiencia en el uso de las materias primas y la energía y una mayor flexibilidad.

Asimismo, en el marco de esta revolución digital, la conectividad a lo largo de la cadena de valor integrada por distintos sectores vinculados al papel, mejorando los flujos de información y buscando una mayor eficiencia, es algo en lo que tenemos una importante trayectoria. Del bosque al reciclaje, la cadena de valor de la celulosa, papel y cartón aporta globalmente (aportación directa+indirecta+inducida) a la economía el 4,5% del PIB y genera uno de cada cincuenta empleos en nuestro país.

Es una realidad constatada por todos cómo la transformación digital nos está llevando a una transformación de nuestro modo de vida, nuestro modo de relacionarnos; pero también es igual de cierto cómo este factor digital está transformando los modelos de negocio.

Todos, administraciones, empresas y organizaciones debemos sentarnos y buscar un modelo que permita aprovechar las posibilidades que ofrece la industria 4.0, pues es una "revolución" que no podemos dejar escapar si queremos que nuestras empresas sean competitivas y que se refuerce aún más el peso de la industria en la economía. Los empresarios, estando acostumbrados a detectar oportunidades y valorar los riesgos, consideramos que este cambio, este proceso, no es sólo necesario, sino que es imprescindible.

Bien es cierto que algunas empresas se muestran todavía indecisas o aún no tienen capacidad para asumir esa transformación digital. Hoy, desde aquí, tenemos que animarlas porque es una inversión a corto plazo, cierto, pero un ahorro a largo plazo, y sin duda una oportunidad clave para la mejora de la competitividad de la industria en un mercado cada vez más global.



Javier González de Lara y Sarria, Presidente de la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM) y de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA)

A menudo nos llegan referencias de la llamada Revolución Digital, el paso de la tecnología analógica y mecánica a la digital, como algo que está por venir, un camino que todos deberemos andar y que determinará quién permanece en el mercado o se autoexcluye de él.

No debemos obviar, sin embargo, que las empresas españolas –y por extensión, andaluzas– llevamos embarcadas en el cambio a esta nueva manera de concebir el trabajo, la gestión y la producción ya muchos años, y que paulatinamente se van introduciendo innovaciones y modificaciones en todos los ámbitos de los diversos sectores productivos.

Todo ello, porque somos muy conscientes de que evolucionar con la sociedad es una necesidad para

el tejido empresarial. Porque el mercado, más global que nunca, es también más competitivo y exigente, y porque la digitalización permite un grado de integración de calidad, eficiencia y sostenibilidad inéditos con el uso de métodos tradicionales.

De este modo, lo que podría percibirse como un desafío, es en realidad la vía inexcusable para incrementar no sólo nuestra productividad, sino también nuestra integración con la sociedad, avanzando hacia el futuro.



José Antonio Sarria, Presidente de la Confederación de Empresarios de Navarra (CEN)

Para abordar la revolución digital, lo primero es parar y reflexionar. Analizar bien qué aspectos de la organización merecen ser digitalizados y realizar el abordaje de la transformación digital de forma global, sin poner parches en la compañía y mediante una estrategia completa que implique a todo el organigrama. Es fundamental que todos los pasos que se avancen en la transformación digital de los departamentos se hagan con estándares que nos permitan integrar todos los procesos e información bajo la misma plataforma. Sin duda, la interconexión de los departamentos y la veracidad del dato único aportarán un valor diferencial al discurrir futuro de la estrategia de la empresa. Una vez reflexionado y elaborado un plan de acción global para toda la compañía, el siguiente paso y más importante es, como siempre, poner en el centro de la organización a las personas del equipo. Ver con qué competencias contamos y qué carencias tenemos para, seguidamente, potenciar la formación interna y así promocionar el talento existente. El éxito de la transformación digital de cualquier empresa radicará en el compromiso de la dirección en la implantación de los nuevos sistemas junto con la capacitación de los equipos para la gestión y empleo diario de las nuevas herramientas para poder obtener la ventaja competitiva deseada. Si las personas no son capaces de dar un uso correcto a las nuevas herramientas, la inversión realizada en digitalización no servirá de nada.



Fernando Callizo, Presidente de la Confederación de Empresarios de Aragón (CEOE Aragón)

La digitalización es ya una realidad que la mayoría de las empresas están afrontando y tomándose muy en serio, con inversión de recursos económicos y humanos. De hecho, en una reciente encuesta que hemos realizado en Aragón, el 58% de ellas afirman tener un plan de digitalización y el 63,5% dedicar a ella más del 5% de su presupuesto, especialmente en los áreas de gestión de clientes y planificación de la producción, y en las áreas de producción, financiera y de ventas.

Como puntos negativos a mejorar: el gran desconocimiento de los programas públicos en esta materia, que se sitúa en torno al 71% de las empresas en Aragón, la enorme brecha existente entre sus necesidades y las habilidades ofrecidas tanto a través del sistema educativo como en las propias administraciones, además de algunos problemas de acceso a infraestructuras tecnológicas.

Pero las empresas tienen muy claro que es muy beneficiosa para la eficiencia de la gestión y los procesos, que ahorrará tiempos y costes y mejora la toma de decisiones, la competitividad y tanto el acceso a mercados y clientes como su fidelización.



Ángel Asensio, Presidente de la Confederación Moda España

Que la digitalización de las empresas es un proceso ineludible que debe afrontar cualquier organización con proyección de futuro, es innegable. Y es que la revolución digital ha llegado para instalarse en todos los ámbitos de la sociedad.

Así, el nuevo sistema determinado por esta revolución digital destaca de manera notable todos los procesos de gestión, organización y comunicación de las compañías. De hecho, la realidad indica que aquella organización, independientemente de su tamaño, que no implemente la digitalización en sus procedimientos estará fuera de juego tanto en sus relaciones internas, como de cara a proveedores o al propio cliente final.

Sin embargo, creo de vital importancia saber elegir el proveedor adecuado para que acompañe de manera óptima a cada compañía en este proceso de transformación digital, teniendo en cuenta su tamaño,

el sector al que pertenece y la actividad específica que desarrolla. Sin duda, esta elección será crucial para implementar los sistemas adecuados, por coste y eficiencia, acordes a cada empresa.



Mª Luisa Álvarez Blanco, Directora Gerente de Fedepesca

Los profundos cambios socioeconómicos derivados de la penetración masiva de las nuevas tecnologías en la vida de los consumidores han, y están provocando, unos cambios rapidísimos y muy profundos en la forma de comprar y de consumir alimentos. Un consumidor que cada vez destina menos tiempo a comprar y a cocinar, alejándose de los alimentos frescos. En el caso del comercio especializado de alimentación nos encontramos ante la tormenta perfecta. Cambios disruptivos, un sector envejecido, sin relevo generacional, sin Formación Profesional que permita contar con promociones de jóvenes cualificados, y una competencia feroz en la distribución comercial. Las grandes empresas han incrementado en 4 millones de metros cuadrados la superficie destinada a comercio de alimentación. Ahora se encuentran amenazadas por el auge de la venta on-line, que en alimentación está aún muy lejos de alcanzar las cifras de e-commerce de otros sectores. El resultado para el comercio especializado es una pérdida muy importante de pequeños locales comerciales, pero habrá que esperar a ver cómo afecta este crecimiento de venta en internet a las cuentas de resultados de los grandes operadores, que necesitan de una alta rotación de producto y de las ventas de impulso en la tienda física. Los sectores del comercio especializado de alimentación tenemos futuro. Los consumidores vuelven a apreciar la vuelta a lo básico y ya se empieza a analizar el impacto, no sólo positivo, sino también negativo, que la conexión permanente tiene para las personas. Esto no es excusa para impulsar de forma urgente nuestra adaptación continua a los nuevos tiempos. La transformación digital es imprescindible para reorganizar métodos de trabajo y estrategias, para obtener más beneficios gracias a la implementación de las nuevas tecnologías que nos permitan automatizar procesos, minimizar costos y maximizar la eficiencia. Para ello, debemos incrementar el uso de soluciones digitales para gestión de pymes, fomentar la educación digital e impulsar proyectos colectivos y pilotos que nos ayuden a digitalizarnos. Educación, innovación y emprendimiento para conseguir que los actuales facilitadores digitales (Redes de banda ancha, Cloud computing, Internet de las cosas, Big data, robótica, drones, impresoras 3D, blockchain, Inteligencia artificial, asistentes de voz...) lleguen también a las pequeñas empresas, que no tienen los medios de las grandes multinacionales pero que son muy necesarias para garantizar la competencia y un estilo de vida.

