

PICOS de oro

“No nos sentimos con más presión de la que teníamos ayer -anuncio fusión Siemens-Alstom en ferrocarril-. Esto no quiere decir que en un futuro no puedan surgir oportunidades que lógicamente estudiaremos”

Andrés Arizkorreta
Presidente de CAF

“De cara a los próximos meses, casi el 96% de las empresas guipuzcoanas espera que la situación del mercado sea de normalidad o de reactivación”

Pello Guibelalde
Presidente de Adegí

“Con Sociedades al 28%, las empresas tachan Bizkaia”

Unai Rementería
Diputado General de Bizkaia

“Pretender que la empresa vasca pague más salarios, contribuya con más impuestos y genere más empleo -todo a la vez- sin que mejore su margen, es no querer entender lo que la crisis ha provocado”

Roberto Larrañaga
Presidente de Confebask

“No podemos seguir viendo cómo estos miles de millones desaparecen. Es el momento de arreglar el sistema para hacerlo más simple, sólido y, por encima de todo, resistente al fraude. El principio básico de esta reforma es crear una zona única de IVA”

Pierre Moscovici
Comisario de Asuntos Económicos

“La espiral de elevación de los niveles de deuda global y liquidez presenta un gran riesgo para la economía global”

Wolfgang Schauble
Ministro de Finanzas alemán

ANÁLISIS en do menor



Vicky López

España ocupa el puesto 11 de 14 países analizados por Accenture en el ranking del Índice de digitalización. Por cada diez puntos que se avance, generaría unos 40.000 millones más de PIB. Para crear valor a través de lo digital, las empresas deben reinventar sus modelos operativos y sus cadenas de producción y de valor.

Reparto de cartas

Muchas empresas de diferentes sectores han destinado importantes inversiones a tecnologías digitales de vanguardia para impulsar su crecimiento. Sin embargo la mayoría de ellas no han sido capaces de extraer el máximo beneficio de esta inversión y alcanzar mayores cotas de eficiencia en su núcleo de negocio. Según una reciente investigación realizada por Accenture, sólo el 13 por ciento de las organizaciones consiguen, mediante sus inversiones digitales, reducir costes y mejorar el negocio. Una de las razones de esta realidad es que “el despliegue de las tecnologías digitales se realiza de manera fragmentada”. Si las organizaciones adoptaran un enfoque combinado, asegura el informe, lograrían una reducción significativa de los costes por empleado, así como una mayor capitalización de mercado.

En ello trabajan empresas como Petronor, Kutxabank, Tecnalia, Siemens Gamesa o la centenaria vasca CAF. Tras reconocer que detectaron este problema en su viaje hacia la digitalización, desde CAF, su director técnico corporativo, Eduardo Galvez, ha revelado en el marco de la jornada sobre ‘Las claves de la industria 4.0 en el País Vasco’, organizada por la Universidad de Deusto y Accenture, que el diagnóstico realizado hace dos años les llevó a abordar un Plan General de educación de la compañía hacia la digitalización de manera integrada, corporativa y estructurada, extensible a todas las áreas de la empresa y apoyada en una buena gestión de la ciberseguridad.



Aún así, Accenture matiza en su informe que la combinación adecuada de tecnologías variará en el tiempo y según el sector en el que se aplique. Además, será distinta si el objetivo es reducir costes o aumentar los ingresos. Por ejemplo, la combinación de realidad virtual y aumentada con big data, vehículos autónomos, machine learning e informática móvil ayudará a las organizaciones a generar un ahorro superior a 85.000 dólares de media por empleado. Sin embargo, si el mix incorpora robots autónomos e impresión 3D en lugar de big data y realidad virtual, las empresas

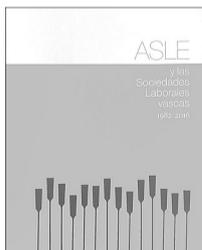
podrían aumentar su capitalización de mercado en más de 6.000 millones de dólares.

Pero llegar a ser una empresa ‘industria X.0’ no es un camino fácil. El presidente de Accenture España, Juan Pedro Moreno, ha sido claro. “No estamos viendo una época de cambios sino un cambio de época”, donde el éxito no está en pensar

cómo parar nuevas iniciativas empresariales como la de Uber, si no cómo competir con ellas. Una era en la que habrá “pymes que arrasen y grandes empresas que cierren”. Porque “no se trata de defender, si no de atacar”. “Se están repartiendo las cartas de nuevo” y, en esta partida, “necesitamos menos universitarios y más trabajadores cualificados”. Se exige una nueva generación de talento que batalle en un ecosistema, donde el driver no es la tecnología. Es el consumidor.

Vicky López
v.lopez@grupoxxi.com

LIBROS



Título: ASLE y las Sociedades Laborales...
Autor: ASLE
Edita: ASLE

La presente obra recoge la historia de ASLE y de las Sociedades Laborales, 35 años en los que sus impulsores, con muchas ilusiones, y tras resolver problemas, han contribuido a la sociedad con la creación de empresas y su puesta al servicio de las personas. Una trayectoria en la que en la que las personas han sido el motor de la Asociación de Sociedades Laborales de Euskadi.



Título: Casos de investigación
Autor: Gemma García Ferrer
Edita: ESIC

El fin de este libro es acercar al alumno la realidad de la investigación comercial a nivel empresarial. Para ello, su autora ha contado con la colaboración de empresas del sector que han aportado un total de once casos en los que se usan metodologías o diseño de investigación variados. Estructurado en dos grandes bloques, aborda todos los conceptos para entender la materia.



Título: Influencers
Autor: Carlos Rebate
Edita: Empresa Activa

Ante los profundos cambios que ha tenido lugar en el sistema laboral y las relaciones entre personas, es importante que todo el mundo reconsidere la influencia digital como una pieza clave en su futuro profesional, ya que junto a la creatividad, la empatía y la proactividad serán las claves del futuro. Y es que la influencia digital se utiliza en cualquier ámbito o sector.



Título: La economía española en 3D
Autor: Fernando Collantes
Edita: Pirámide

El libro, dirigido a estudiantes de la historia económica de España, contiene numerosos ejercicios prácticos y propuestas de ensayo que enfrentan a los estudiantes a una situación similar a aquella en la que con frecuencia se encuentra un investigador: partir de una pregunta o problema, buscar evidencias cuantitativas o cualitativas para hallar una respuesta.