



Base Cero para redefinir la competitividad española

Este año se cumple el décimo aniversario del comienzo de la crisis en España. Todavía hoy la economía española no ha recuperado los valores previos a 2007 cuando estalló la burbuja inmobiliaria. Ese mismo año, recordemos, Apple lanzó al mercado el primer iPhone. Para muchos un punto de inflexión en la era digital en la que el mundo hoy está inmerso. Lejos quedan ya los ejemplos de cómo cambió el modelo de consumo de música (iTunes, Spotify) o la evolución del comercio electrónico en el mundo del *retail* (Amazon, eBay, etc.).

Mediante la utilización de las nuevas capacidades digitales, la empresa española ya está tomando posiciones respecto a cómo ganar más clientes, más mercados, más productos y mejores servicios. Para ello viene destinando una gran parte de recursos económicos y humanos.

Lo que aún está por resolver es cómo las nuevas tecnologías digitales generarán un salto de productividad y eficiencia en los modelos empresariales. Los costes decrecientes de las tecnologías avanzadas son también una característica de la revolución digital, lo que implica no solo que aparezcan nuevas aplicaciones para estas tecnologías sino que además aumente la capacidad de que trabajen de manera combinada, generándose un efecto multiplicador.

Para beneficiarse de esta oportunidad, se necesita desaprender los paradigmas tradicionales y crear un nuevo modelo empresarial en base cero, más eficiente, y a la vez más eficaz, para el rendimiento del negocio.

Destacamos cinco ejemplos de la aplicación de estas tecnologías:

- **Marketing y ventas online:** La cervecera Carlsberg realiza una gestión dinámica de precios y promociones en sus canales directos (*pubs*, restaurantes, etc.) en Inglaterra, ofreciendo servicios adicionales basados en el uso de canales digitales que les permite ser más eficaces en la captación y retención de los clientes.
- **Comercio electrónico:** El *retailer* Tesco tiene un centro *dark store* en el sur de Inglaterra donde procesa y envía pedidos online con una productividad que triplica la de las tiendas tradicionales, ofreciendo así un servicio más rápido y ágil.
- **Blockchain:** El gigante Walmart está moviendo parte de su cadena de suministro de alimentación hacia la plataforma *blockchain*. Con ello busca cambiar las reglas del juego con los proveedores asiáticos en cuanto a trazabilidad sobre las mercancías desde el origen, control de la calidad y tiempos de suministro.
- **Digital plant / IoT:** La empresa química Air Liquide ha lanzado el programa Connect que tiene por objetivo combinar diferentes tecnologías –como realidad aumentada, modelizado en 3D, digitalización del empleado y los equipos– para reinventar la planta del futuro. Un centro de control único en su sector controlará las operaciones de las plantas instaladas.

“ Los costes decrecientes de las tecnologías avanzadas son una característica de la revolución digital, que motivará nuevas aplicaciones y más capacidad de que trabajen de manera combinada ”

- **Inteligencia artificial:** El grupo financiero Goldman Sachs lleva varios años invirtiendo en inteligencia artificial y *machine learning*. Estas tecnologías no se aplican solo para reducir costes en su *backoffice* sino también para aumentar el rendimiento del negocio: actividades como la valoración de compañías y la toma de decisiones de inversión de ciertos fondos están hoy en día 100% automatizadas.

No se trata ya solo de observar las mejores prácticas y *benchmarks* del competidor de turno, ni siquiera observar las prácticas adoptadas en otros sectores. Hoy en día, se plantea la necesidad de añadir en la ecuación la capacidad que tenga una compañía de fijar un nuevo estándar de productividad y eficiencia.

Es hora pues de preparar una empresa y un país más competitivos creando nuevos modelos empresariales con el objeto de ganar en productividad y eficacia, dejando atrás los últimos años de recortes en costes discrecionales. La tecnología desempeña un rol clave en este viaje. Solo así se acometerán las nuevas estrategias empresariales y, quien lo haga primero, estará más y mejor preparado para competir... si no quiere desaparecer ■

“ Se necesita desaprender los paradigmas tradicionales y crear un nuevo modelo empresarial más eficiente y eficaz para el rendimiento del negocio ”