

ATLASTECH REVIEW

Nº 31 | 27 de octubre de 2024

SEGUNDA ENTREGA DEL ATLAS INDUSTRIAL TRENDS 2024 CON 15 CLAVES

/ 10-11



UNA HOJA DE RUTA PARA AUMENTAR LA INVERSIÓN EN LA INDUSTRIA EUROPEA

EL VICEPRESIDENTE MUNDIAL DE OPERACIONES DE LA MULTINACIONAL NORTEAMERICANA MSA DIBUJA EN LA PONENCIA INAUGURAL DEL COLLABORATE SANTANDER UNA HOJA DE RUTA PARA INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD Y MEJORAR EL ATRACTIVO DE EUROPA, CON UNA POLÍTICA INDUSTRIAL CLARA, CLAVE PARA ATRAER LA INVERSIÓN NECESARIA PARA INNOVAR

CARLA MANSANET

La ponencia de José Manuel Sánchez Pedregal es una de las grandes justificaciones de que el Collaborate Santander haya roto récords de audiencia en el Palacio de la Magdalena. Es vicepresidente mundial de operaciones en MSA, una multinacional norteamericana especializada en ropa de protección para bomberos de Londres, Hong Kong y Los Ángeles. Además, la gestación de la empresa contó con la participación de Thomas A. Edison, un hecho que levantó grandes expectativas que no han fallado en cumplirse después de 110 años. En su conferencia, explora “el desafío de la productividad en un mundo incierto” y demuestra la relevancia de poseer una cosmovisión rica del sector para tomar decisiones estratégicas inteligentes.

El vicepresidente mundial de operaciones en MSA analiza los factores que han estimulado un clima de incertidumbre en la industria, revela la percepción internacional que se tiene de Europa y explica las formas de mejorar la productividad para conseguir atraer inversión en su ponencia en el Collaborate Santander.

La incertidumbre ha recorrido todos los rincones de la industria, lo que ha puesto en riesgo el mantenimiento de la productividad en las compañías. Los últimos doce meses cristalizan este fenómeno a través de acontecimientos como las incesantes guerras comerciales, los continuos desastres naturales, el incremento de las regulaciones europeas, las crisis energéticas, el caos político y la agri dulce aparición de la inteligencia artificial (IA).

Mientras tanto, según Sánchez Pedregal, “todo el mundo habla de un aterrizaje suave para la economía mundial”. Y pese que los indicadores oscilen entre contingencias tan dispares como una posible recesión o un crecimiento en Europa, todos ellos coinciden en un aspecto: “El crecimiento de la incertidumbre en los próximos seis o nueve meses”.

Al observar la economía europea desde un punto de vista global, “Europa se concibe como un mercado atractivo, con talento y buenas infraestructuras, pero también tiene un crecimiento limitado en comparación con la inversión en otros países que proporcionan rendimientos mucho más rápidos”. Y “con dificultades para la inversión, no existe la innovación, por lo que necesitamos una política industrial nacional y mayor estabilidad que ayude a atraerla”, considera.

Sánchez Pedregal revela formas de mejorar la productividad, comenzando por la priorización. Pese a que la tecnología sea una ventaja competitiva, el cliente y la formalización de un objetivo común deben ser prioritarios. Los leading KPI's también son una útil para conseguir información que permita al cliente actuar sobre los resultados futuros, que debe preponderarse junto a la minimización de riesgos. “Aunque no podamos controlar la devaluación del yen, podemos desarrollar una estrategia de suministro que diversifique el riesgo de los cambios de moneda”, explica.

Eficiencia operacional

Otro multiplicador de la productividad es el tratamiento de las organizaciones como un sistema conectado. Por un lado, se basa en el recabado de datos para tratar de anticipar la y, por otro, en la transparencia para optimizar la oferta. Para ello, “MSA se ha enfocado en colaborar con su ecosistema mediante eventos con proveedores, lo que facilita la participación en programas de mejora conjunta con otras empresas”.

La eficiencia operacional es la tercera piedra angular que aborda Sánchez Pedregal, y que “los líderes ayuden a crear un buen entorno es clave”. Además, en MSA también se centran en la ciberseguridad y formación constante para evitar riesgos. La colaboración es el

último multiplicador de la productividad y se basa en “potenciar al talento para crear un ecosistema que atraiga ideas, pero sin perder la perspectiva”.

Finalmente, propone un sistema de mejora constante fundamentado en la búsqueda de una cultura de alto rendimiento que verse en probar, aprender, aplicar y ajustar.

“Las personas deben entender por qué se hacen las cosas, por eso, en MSA transmitimos los objetivos operativos al sistema de negocio”, para que “toda la empresa comparta un lenguaje”, asegura el también colaborador de Atlas Tecnológico. En este marco, exalta la necesidad de una gobernanza robusta para generar datos porque, en el caso contrario, “siempre van a acabar siendo desastrosos”.



El vicepresidente mundial de operaciones de MSA, José Manuel Sánchez Pedregal, en el Collaborate.

“Con dificultades para la inversión, no existe la innovación, por lo que necesitamos una política industrial nacional y mayor estabilidad que ayude a atraerla”



VISITAS A DOCE EMPRESAS REFERENTES DEL HUB DE CANTABRIA

La agenda de Atlas Tecnológico Collaborate Santander 2024 brindó a los asistentes la oportunidad de conocer de cerca varias industrias referentes del hub industrial y tecnológico cántabro. Se programaron nada menos que 12 visitas (el mayor número hasta ahora) a las sedes de BSH, Consorcio Grupo, Ecrimesa, Edscha, Fushima, Hitachi, IMEM Ascensores, Maflow, SEG Automotive, Talleres ORAN, Textil Santanderina y Centro de Proceso de Datos del Banco de Santander.

FÚTBOL Y DIGITALIZACIÓN PARA PROVOCAR UN CAMBIO SOCIAL

SEBASTIÁN CERIA EXPLICA EN LA COMIDA PREMIUM LOS MOTIVOS QUE LE LLEVARON AL RACING Y SU VISIÓN PARA QUE SEA EMPRESA TECNOLÓGICA

El presidente de la Fundación Racing de Santander y emprendedor tecnológico, Sebastián Ceria, fue el protagonista de la Comida Premium del Collaborate. En su intervención, subrayó el poder de la tecnología, unida al fenómeno de comunidad que rodea a los clubes de fútbol, para propiciar el cambio social.

En relación a la herramienta 360 Racing, dijo que “cada empresa que desarrolla software para su beneficio puede venderlo y eso la convierte en una compañía tecnológica, con eso generaremos ingresos que nos ayudarán a comprar mejores jugadores”.

Sebastián Ceria destacó la necesidad de impulsar “la creación de ecosistemas de colaboración” como uno de los retos en materia de innovación para España y Europa. Puso como ejemplo, en ese sentido, el proceso de transformación del Racing de Santander, el club de fútbol del que es máximo accionista.

“La afición y todos nosotros nos teníamos que creer que el Racing podía hacer cosas grandes”, afirmó, “y la gente ha elegido creer, el entusias-

mo se ha contagiado entre todos”. Su proyecto en el Racing de Santander va, en ese sentido, “mucho más allá de los aspectos deportivos”, puede ser “un vehículo para cambiar Cantabria”.

El mundo del deporte ha incorporado las tecnologías digitales, en su opinión, “porque le agregan valor, le permiten tomar mejores decisiones, no necesariamente es sólo el dinero el que puede producir una ventaja competitiva”. Paradójicamente, según Sebastián Ceria, “se está perdiendo la idea de comunidad”, y en parte hay que atribuir a la tecnología el auge de “ideas individualistas”, porque la interfaz, la relación con los otros se está haciendo cada vez “más difícil”.

Una de las líneas de trabajo basadas en esa conexión entre tecnología y comunidad ha consistido precisamente “en diseñar programas que ayuden a diversos colectivos y promuevan valores, como la lucha contra el bulling o la adopción de hábitos más saludables”, añadió. “El Racing puede ser un actor en el cam-

bio social, la gente no tiene por qué acordarse del club sólo los fines de semana”.

Según Sebastián Ceria, “lo que más vale en un club es la cantera, tomamos datos de los jugadores, trackeamos su vida para saber en qué punto se encuentran, eso es algo que no existe, porque las iniciativas tecnológicas de los equipos no pasan de arriba hacia abajo”.

“Los datos te dan información, pero no necesariamente te ayudan a tomar las mejores decisiones, debes hacer analítica, tienes que aplicar tecnologías digitales, es entonces cuando lo consigues”, dijo.

En el almuerzo celebrado en el Gran Casino de El Sardinero, el consejero de Industria, Empleo, Innovación y Comercio, Eduardo Arasti, invitó a los directivos presentes en el Collaborate a invertir en Cantabria, “si yo fuera inversor, lo haría”. Por su parte, la alcaldesa de Santander Gema Igual destacó la implicación de la ciudad en este tipo de eventos que buscan liderar la transformación del tejido productivo.

ONE TO ONE CON AFORO COMPLETO

Como viene siendo habitual en todos los Collaborate, en Santander volvió a brillar el espacio de networking por excelencia, el One to One. En 26 mesas dispuestas en el Comedor 1 del Palacio de la Magdalena, empresas y centros tecnológicos protagonizaron encuentros individuales programados previamente por el equipo de Atlas Tecnológico. La multitudinaria cena networking en el restaurante Deluz hizo el resto.



El presidente de la Fundación Racing de Santander, Sebastián Ceria, interviene en la Comida Premium.

UNA INDUSTRIA MEJOR CUBIERTA PARA NAVEGAR NUEVOS RIESGOS

DIRECTIVOS DE COMPITTE, AVIAMAR, ADDVALORA Y SPARTPM ANALIZAN EL PACTO NECESARIO ENTRE ASEGURADORAS Y PROVEEDORES DE TECNOLOGÍA

MILA CAMURRI

Natxo Vadillo, de Compitte Cooperación + Mejora; Mario Gutiérrez, de AVIAMAR; Vicente Hurtado, de ADDVALORA; y Laura Francos, de SMARTPM, participaron en la mesa redonda titulada “Conectando puntos, aplicación de la tecnología en la mitigación ante la transferencia de los riesgos industriales”. La discusión ha reunido a expertos de sectores clave como el asegurador y el tecnológico, que compartieron sus perspectivas sobre cómo la tecnología puede ayudar a mitigar los riesgos industriales.

En el punto de partida han sido reconocidos los desafíos actuales del entorno 4.0, de forma unánime por parte de los expertos. Según ha afirmado Natxo Vadillo, “estamos ante una crisis sin precedentes en la historia de la industria”, y ha señalado que la magnitud de los riesgos y siniestros en el sector industrial actual exige la búsqueda de soluciones innovadoras.

También ha enfatizado, respecto a los riesgos industriales, que no se trata solo de problemas financieros, sino que representa una oportunidad para colaborar entre las aseguradoras y empresas tecnológicas, en busca de soluciones que minimicen los conflictos de manera más eficiente.

En específico, sobre las aseguradoras, Mario Gutiérrez, de AVIAMAR, ha subrayado el papel crucial que juegan las entidades de seguros en la mitigación de riesgos industriales. No obstante, criticó su enfoque tradicional y afirmó que “existen muchos siniestros que no están resueltos, que con tecnología sencilla podrían mitigarse de forma fácil y aún no se hace”. A su vez, y de acuerdo con Natxo Vadillo, ha planteado que a menudo las aseguradoras se centran en la parte financiera y no en las oportunidades que ofrecen las soluciones tecnológicas. Por ello, el experto sostiene que “el mundo industrial puede ayudar al asegurador”.

En el sentido de un conglomerado de la conversación, la tecnología, al aplicarse de forma correcta, posee el poder de prevenir, detectar y reducir riesgos de forma considerable. Sin embargo, la

adopción de las soluciones dentro del sector asegurador ha sido “lenta”, según los expertos, quienes también sostienen que se trata de un desafío y una oportunidad. Frente a ello, Vicente Hurtado, de ADDVALORA, ha sido directo al afirmar que el sector asegurador “es adverso al cambio tecnológico en la práctica”.

A su vez, el experto echó en falta una base de datos sólida por parte de las aseguradoras, lo que “dificulta la toma de decisiones informadas”. Según el referente, el vacío en la gestión de datos paraliza el progreso en la mitigación de riesgos industriales, y los brokers del sector tampoco contribuyen a mejorar la situación: “es un sector que necesita una renovación urgente”.

Miedo a lo desconocido

Para Laura Francos, CEO de SMARTPM, una de las barreras más grandes en la adopción de tecnologías para mitigar riesgos es “el miedo a lo desconocido, y lo que no se conoce no se asegura”. A pesar de ello, ha afirmado que “las tecnologías han disminuido riesgos, por ejemplo, para los operarios”. Frente al conflicto, ha reclamado la falta de una comunicación clara entre el sector tecnológico y el asegurador: “muchas veces quienes dominan la tecnología no la transmiten de manera sencilla, lo que aumenta la sensación de complejidad y el miedo a adoptarla”. En respuesta, Laura Francos ha instado a la acción bajo su idea: “hagámoslo fácil, hablemos sencillo, que no tengan miedo ni los seguros ni quienes usan nuestras tecnologías”.

En un sentido similar, Mario Gutié-

rez ha postulado la necesidad de que “la comunicación fluya entre el mundo innovador y el productor”, y ha mencionado que “vía plataformas como Atlas, los sectores puedan conocer lo que se está desarrollando”.

A su vez, Natxo Vadillo ha afirmado que “con las capacidades tecnológicas actuales muchos de los riesgos que se enfrentan hoy en día podrían monitorizarse de manera más eficiente”. Sin embargo, para el experto, el desafío radica en su implementación y en lograr que las aseguradoras, empresas industriales y proveedores tecnológicos trabajen juntos para aprovechar el potencial.

Los temas más recurrentes a lo largo de la mesa redonda han acaparado la necesidad de mejorar la comunicación entre todos los actores involucrados y el llamado a aprovechar las oportunidades que ofrece la tecnología para mitigar los riesgos industriales.

Según Mario Gutiérrez, “la industria aseguradora es una industria huérfana, con muchas oportunidades aún por explotar”. Aunque los avances tecnológicos actuales permiten soluciones eficientes y económicas, los expertos señalaron que la reticencia al cambio y la falta de comunicación retrasan su adopción.

Vicente Hurtado también ha abordado el área de los desastres naturales y el impacto que generan en las compañías aseguradoras. Sobre ello, ha afirmado que las entidades de seguros “enfrentan cada vez más gastos debido a los desastres naturales”, y ha señalado que se trata de un problema creciente que “puede mitigarse mediante el uso de tecnología, pero eso ya es otra historia”.



Vicente Hurtado, Natxo Vadillo, Mario Gutiérrez y Laura Francos en la mesa.

MILA CAMURRI

La mesa redonda titulada “Construyendo el nuevo mundo conectado desde la industria” ha reunido a referentes de múltiples sectores para discutir el futuro de la conectividad y su impacto en la Industria 4.0. La conversación, moderada por Sergio Martín, de TVE, ha sido protagonizada por Fran Alcalá, de Celestia TST; Cristina Izquierdo, de Vodafone; José M. Nazabal, de Honeywell; Ignacio Gañán, de Grupo Sulo; y Roberto García, de Grupo Ambar. El conglomerado de expertos también aportó un análisis detallado sobre cómo la conectividad y gestión de datos moldean la evolución de las empresas, al tiempo que han establecido indicios sobre la conectividad en los próximos 20 años.

Entre los referentes ha emergido la idea de la “conectividad como un canal”, lo que permite la transmisión de la información e impulsa el desarrollo de tecnologías como el 5G y el internet de las cosas (IoT). Sin embargo, los ponentes también han coincidido en que la clave no reside solo en la infraestructura de comunicación, sino en “la gestión inteligente de los datos”.

Sobre el último factor, Ignacio Gañán ha destacado que se debe tener claro el propósito que existe detrás del uso de los datos. “Tenemos millones de datos, pero lo crucial es qué hacemos con ellos”. A su vez, ha indicado que “no se trata de acumular información, sino de tener un objetivo claro que permita obtener un valor real”.

Respecto a la industria 4.0, el experto concluye en que “los datos son el recurso más valioso”, aunque su utilidad depende de cómo sean analizados y empleados a la hora de tomar decisiones estratégicas.

Una postura similar ha sido la de Cristina Izquierdo, al sostener que los sectores más avanzados en tecnología son los que han logrado definir con precisión “qué datos necesitan y para qué los utilizan”. La experta ha explicado que “en sectores como el de la gestión del agua, el despliegue de comunicaciones se orienta a KPIs muy claros, lo que permite optimizar tanto los recursos como los procesos”. A pesar de que la infraestructura tecnológica se encuentre en constante evolución, el verdadero valor reside en el “propósito definido que persigue cada proyecto”.

Respecto al 5G, aunque a menudo es considerado como la próxima “gran revolución tecnológica”, ha sido tratado con “pinzas” por los expertos. Fran Alcalá ha asegurado que “el 5G es una evolución natural de la conectividad” y no una revolución en sí misma. “La conectividad no es más que el canal que permite que la información fluya de un lado a otro”, y ha puesto de relieve que, aunque la tecnología 5G aporta mejoras significativas, no es la única solu-



Sergio Martín conversa con Roberto García, Cristina Izquierdo, José M. Nazabal, Fran Alcalá e Ignacio Gañán.

MÁS CONECTIVIDAD, CON ESTRATEGIA E INTELIGENTE

CELESTIA TST, VODAFONE, GRUPO SULO, GRUPO AMBAR Y HONEYWELL INSTAN A DECIDIR EL DESTINO DE LOS DATOS ANTES DE CREAR NUEVAS INFRAESTRUCTURAS Y ANALIZAN EL POTENCIAL POR EXPLOTAR DEL 5G

ción disponible ni siempre la más adecuada para la totalidad de las situaciones.

Cristina Izquierdo ha afirmado que en Vodafone alrededor de cuatro millones de líneas utilizan “tecnologías de conectividad más antiguas, como el 2G”, en especial en sectores donde la eficiencia energética y la baja potencia son más cruciales que la velocidad de transmisión de datos. “El 5G posee aplicaciones clave en entornos críticos como la protección de empleados y la gestión de fábricas en tiempo real, pero en otros contextos, el 2G sigue siendo más eficiente”.

Para “maximizar el valor de la conectividad”, José María Nazabal ha indicado que una de las claves es “mantener los datos limpios y organizados”, ya que ello determina la “calidad de la información” y, en última instancia, la “toma de decisiones”. También ha insistido en que la tecnología en el campo se encuentra en constante evolución, por lo que las empresas deben ser capaces de “adaptarse y auto de-

safiarse” para mantenerse competitivas.

Sobre la conectividad en zonas remotas, donde las infraestructuras tradicionales, como el 5G, aún no han llegado, Ignacio Gañán ha abordado la posibilidad de combinar tecnologías para asegurar la conectividad en entornos complejos. Para ello, se ha basado en soluciones como Starlink, el sistema de satélites de SpaceX, que según el experto “podrían ser una opción viable en los próximos 20 años”. No obstante, ha afirmado que “a veces es más útil combinar tecnologías en lugar de apostar todo por una sola solución”.

A su vez, Roberto García ha recordado que a menudo “solo nos acordamos de la importancia de las comunicaciones cuando fallan”, al tiempo que Fran Alcalá ha destacado que “invertir en conectividad debe estar alineado con un propósito claro”.

La sostenibilidad ha sido otro de los temas clave para los expertos. Cristina Izquierdo ha destacado el

“impacto positivo del 5G en la eficiencia energética”, en especial en la optimización de infraestructuras críticas como fábricas o redes de servicios públicos. Sin embargo, ha subrayado que las tecnologías de baja potencia, como las utilizadas en el IoT, “seguirán siendo esenciales en aplicaciones que requieren bajo consumo y larga duración”.

En un sentido similar, Ignacio Gañán ha añadido que el uso de la nube para almacenar datos debe ser “repensado”, al tiempo que ha sugerido limitar la publicación de datos y centrarse en los más relevantes, un aspecto que puede ser más “eficiente y rentable para las empresas”. También José M. Nazabal ha destacado la importancia de “garantizar la seguridad de los datos” en un entorno cada vez más interconectado, y ha concluido en la necesidad de implementar “estrategias robustas” que aseguren su protección y gestión eficiente ante el continuo crecimiento de la información.

CARLA MANSANET



La sección Big Ideas del Collaborate Santander se ha estrenado por todo lo alto. La corriente de ideas comenzó por la propuesta de **Gema Igual**, alcaldesa de Santander, de una ciudad más conectada y colaborativa por medio de la tecnología. Para ello, apuesta por la creación de un hub de innovación ciudadana: “Un espacio físico y digital donde los vecinos puedan participar activamente en la toma de decisiones para mejorar la capital”. De este modo, los ciudadanos no solamente son receptores de políticas municipales, sino actores clave que,



junto con empresas y profesionales, contribuyan a una comunidad más solidaria y autónoma, en la que todos sean responsables del desarrollo y bienestar.

Guillermo Dorronsoro siguió una línea similar al destacar la necesidad de reforzar el papel de la innovación y la tecnología, pero desde la sociedad civil. Según el asesor del consejo de administración de Zabala y profesor de la Universidad de Deusto, “el verdadero cambio no puede venir solo de los sectores público o privado, sino que debe surgir de una sociedad informada, crítica y comprometida con su propio futuro”. Asimismo, ante los desafíos de los movimientos migratorios y la transformación tecnológica, subrayó la necesidad



de empresas más involucradas en el bienestar social: “Nos estamos jugando el futuro de Europa”.

Por su parte, la directora de orquestación y operaciones de Atlas Tecnológico, **Constanza Retamal**, denunció la escasa presencia femenina en sectores tecnológicos e industriales. Propuso una estrategia integral que fomente la visibilidad de las mujeres a través de programas de formación y mentoría. “Conseguiremos inspirar a las nuevas generaciones a explorar carreras tecnológicas e impulsarlas al liderazgo”, sentenció Retamal.

El jefe de ciberseguridad en Tecnia, **Óscar Lage**, introdujo en las Big Ideas el

GRANDES IDEAS DE CAMBIO CON VISIÓN CRÍTICA

GEMA IGUAL, GUILLERMO DORRONSORO, CONSTANZA RETAMAL, ÓSCAR LAGE, NATACHA KUCIC, FRANCISCO J. JARIEGO, ÁNGEL ALBA, MIREIA GARCÍA Y PEDRO MIER DESLUMBRAN AL COLLABORATE

tema tendencia de estos últimos meses: la inteligencia artificial, de la que es especialista. Según Lage, “cerca del 70% de los expertos consideran que el reto para el despliegue de la IA radica en el acceso seguro y privado a los datos”. Para combatirlo, propone el uso de técnicas de criptografía avanzada que permitan procesar datos cifrados sin comprometer la información sensible, especialmente en sectores industriales.

El fundador y CEO de Innolandia, **Ángel Alba**, enfatizó la necesidad de desarrollar un programa nacional de “cantera” para innovadores, inspirado en el modelo de los equipos de fútbol. Según el experto en innovación, “el 71%



de los innovadores se forman de manera autodidacta y mediante la experimentación, además, el sistema educativo no prepara a los jóvenes para ejecutar sus ideas y que sean funcionales en el mercado, sino que solamente los enseña a resolver problemas”. Alba apuesta por formar a los innovadores desde la perspectiva práctica y capacitar a las personas dentro de las empresas para que sean ellas las que impulsen el cambio.

La intervención de **Natacha Kucic** fue un punto de inflexión para la sección de las Big Ideas. La guionista de cine y directora creativa en First Draft defendió el valor esencial de la filosofía en una era dominada por la tecnología y la información instantánea. “Aunque a menudo se subestima, la filosofía es la disciplina más importante porque nos enseña a pensar con claridad y a des-



componer mensajes complejos para entender sus verdaderas intenciones”, explica. Para Kucic, en un mundo donde las redes sociales y los lemas vacíos dominan el discurso público, la capacidad crítica es más importante que nunca.

El también amante de la cultura por su faceta escritora, **Francisco J. Jariego**, compartió su visión sobre cómo mejorar la eficiencia en los negocios a través de la telepresencia. Criticó el tiempo perdido en reuniones presenciales que requieren largos viajes, un reductor de la productividad. Su propuesta es crear una sala de telepresencia que permita realizar reuniones remotas con una calidad de interacción que iguale, o incluso



supere, a la presencial. “Aunque herramientas como Zoom o el metaverso parecen ofrecer soluciones, ninguna ha logrado replicar la riqueza comunicativa de una interacción física”.

La directora de innovación de Hinojosa Packaging Group, **Mireia García**, se enfocó en la mejora de las prácticas profesionales para los jóvenes, puesto que “el 50% de los estudiantes tiene una experiencia negativa durante sus prácticas, lo que desmotiva a muchos a continuar en sus campos de estudio”. Propuso la creación de un *tinder de las prácticas*, una plataforma que facilite la gestión de las prácticas, al evaluar tanto las soft skills e los estudiantes como las



necesidades de las empresas y simplificar el proceso burocrático.

Por último, **Pedro Mier**, presidente de AMETIC y Premio Atlas Artífice 2024, consideró que la clave residía en la creación de tres grandes pactos para transformar la economía nacional. “El primero es una la educación, es decir, formar ciudadanos críticos y libres, capaces de enfrentarse a los retos de un mundo cambiante”. Por otro lado, Mier apuesta por la innovación, que considera “el motor que puede transformar la vida de las personas y mejorar su calidad”. Como broche final, propone un pacto por la reindustrialización, con el objetivo de fortalecer el tejido industrial del país para que sea competitivo a nivel global.

PEDRO MIER, PREMIO ARTÍFICE 2024: “EL MUNDO EXIGE COLABORACIÓN”

EZEQUIEL NAVARRO GLOSA LA FIGURA DEL TODAVÍA PRESIDENTE DE AMETIC, AL QUE LLAMA “EL PATRIOTA”, Y ÉSTE RECUERDA QUE FUE POSIBLE ACELERAR LA LUCHA CONTRA LA PANDEMIA “PORQUE EXISTÍA INDUSTRIA, PROFESIONALES Y EXPERIENCIA”



Pablo Oliete, Ezequiel Navarro y Sergio Martín, en el escenario principal del Collaborate. / FLITCUT

MILA CAMURRI

Dentro del marco del Collaborate Santander 2024, Atlas Tecnológico ha otorgado su primer Premio Atlas Artífice 2024 a Pedro Mier, presidente de AMETIC, en reconocimiento a su inestimable contribución dedicada a consolidar el ecosistema industrial y tecnológico español. La ceremonia ha contado con la palabra de Gema Igual, alcaldesa de Santander, quien ha destacado el distinguido liderazgo del galardonado. A su vez, Ezequiel Navarro, presidente del Instituto Innova Ricardo Valle (IRV Innovación) y miembro del comité ejecutivo de AMETIC, ha definido la trayectoria de Pedro Mier como “un modelo de liderazgo basado en valores”. Por último, y en el mismo sentido, Pablo Oliete Vivas, CEO de Atlas Tecnológico, ha abordado la capacidad transformadora del presidente de AMETIC en el sector industrial.

El galardón, otorgado por primera vez, apuesta por reconocer a figuras que han ejercido un papel clave en la transformación del sector productivo español, al defender y fortalecer la industria tecnológica. El reconocimiento a Pedro Mier no solo es fruto de su desempeño en AMETIC, sino también de una vida dedicada a la tecnología e innovación. Desde sus inicios como profesor de Antenas y Propagación de Ondas en la Universitat Politècnica de Catalunya, ha demostrado su vocación por consolidar estructuras de colaboración en el sector.

Pedro Mier ha agradecido la cercanía y amistad de quienes le han acompañado en su trayectoria y ha afirmado que “es un privilegio recibir un premio de alguien que te conoce bien”. A su vez,

ha destacado en su mensaje a la “colaboración como clave para el futuro” y ha sostenido que “el mundo exige colaboración”. En el mismo sentido, ha abogado por la capacidad de unir esfuerzos, lo que le ha permitido a la industria tecnológica española “enfrentar momentos críticos” como la pandemia. Durante la etapa, el sector se unió para proporcionar con velocidad respiradores homologados a los hospitales, y Pedro Mier ha afirmado que España ha sido capaz de hacerlo “porque existía la industria, profesionales y experiencia”. Asimismo, ha destacado la necesidad de contar con una base industrial sólida para responder a los desafíos del futuro.

Para Pedro Mier, el Collaborate es esencial porque permite a las empresas compartir conocimientos y trabajar hacia un objetivo común. A pesar de que el tiempo máximo de ejercicio de la presidencia en AMETIC son ocho años, el galardonado ha afirmado que no se marchará, de forma que ha reflejado su compromiso en continuar con el impulso de la colaboración en el sector tecnológico español.

Un patriota

Las palabras de Gema Igual hacia Pedro Mier han transmitido el elogio a su liderazgo, y ha subrayado que “ha sido capaz de abanderarse como líder cuando no eran los mejores momentos”. Según la alcaldesa, el experto “ha demostrado tener la categoría que requiere un líder, la humildad, estar a la altura de España y saber defender con razones sólidas lo que representa”.

Durante la entrega del premio, Ezequiel Navarro, que acaba de presentar una candidatura para sucederle en la presidencia de AMETIC, ha señalado que Pedro Mier “define la lealtad con sus amigos y valores”, un factor presente en el desarrollo de “toda su carrera”. A su vez, “su liderazgo basado en valores inspira a quienes le rodean”, comentó Ezequiel Navarro, y también afirmó la suerte que supuso para él “discutir con Pedro; me ha animado a dar pasos adelante”.

Ezequiel Navarro ha calificado a Pedro Mier como “el modelo patriota” y ha añadido que “Pedro Mier ha sido capaz de transmitir un concepto de país, donde no importa si uno es malagueño o catalán cuando hay un proyecto común que nos une”. El liderazgo de Pedro Mier ha logrado cambiar la percepción de muchos y “transformar la envidia en admiración”. Su capacidad para movilizar a personas y generar un cambio tangible ha sido uno de los factores que más se han destacado durante la entrega del premio. Según Ezequiel Navarro, “cuando ves a cuánta gente ha sido capaz de mover, entiendes lo que es el verdadero liderazgo basado en valores”.

Por último, Pablo Oliete, CEO de Atlas Tecnológico, destacó la capacidad de Mier para “defender el sector tecnológico” y “conseguir una interlocución profunda con la Administración General”. También recaló el papel que Pedro Mier ha jugado como puente entre la industria tecnológica y el sector público, de forma que “ha logrado una colaboración sin precedentes que ha aglutinado a figuras clave y grandes sabios del panorama tecnológico español”.



Pablo Oliete conversa con Javier Beltrán y Pedro Fernández en el Collaborate.

UN CASO DE ÉXITO TECNOLÓGICO GRACIAS A LA INVERSIÓN EN PERSONAS

KAIRA DIGITAL Y LA EMPRESA AGROALIMENTARIA FLORETTE COMPARTEN SU PROYECTO CONJUNTO DE COLABORACIÓN PARA OPTIMIZAR PROCESOS GESTADO EN EL COLLABORATE ZARAGOZA

CARLA MANSANET

Que la localidad en la que Florette y Kaira Digital forjaron su caso de éxito reciba el nombre de Milagro dejó de ser casualidad cuando el software de la tecnológica digitalizó todas las operaciones en la cadena de suministro de Florette. De este modo, no solamente optimizaron sus procesos, sino que también minimizaron errores y redujeron sus costes. “Este caso demuestra que, más importante que invertir en tecnologías, es invertir en personas que transmitan tecnologías, porque entienden el lenguaje del negocio y lo adaptan a sus soluciones”.

Esta perspectiva de Pedro Fernández, director financiero y de transformación digital de Florette, se entrelaza con la de Javier Beltrán, CEO de Kaira, en el Collaborate Santander 2024. En su diálogo, ponen en manifiesto la relevancia de que exista una comunicación eficaz entre partners para que las expectativas

de la industria sean acordes con las soluciones tecnológicas.

La compañía de productos frescos lleva más de 30 años operando en la industria de la alimentación, donde se ha consolidado como líder al revolucionar un producto que antes era una rareza: las ensaladas en bolsa. Con la entrada de la era digital, Florette se enfrentó a desafíos para visualizar y controlar el transporte de sus productos a lo largo de la cadena de suministro.

“En nuestras reuniones, integrantes del equipo comercial señalaban problemas como que un camión no había llegado a su destino”, explica Fernández. “Necesitábamos anticipación de lo que sucedía en la cadena de suministro para poder tomar decisiones, ya fuera para informar al cliente o para organizar la fábrica”, continúa.

Teniendo en cuenta que el producto con el que comercializa la empresa es de vida corta, se requería mayor moni-

torización y velocidad de identificación de alteraciones en el flujo de la cadena. Kaira fue el aliño que impulsó su transformación.

La empresa de origen aragonés, según explica su CEO, Javier Beltrán, “nace del conocimiento operativo y entra en la tecnología, es decir, no es una tecnológica que aterriza en la cadena de suministro”. Kaira dispone de un software que integra todos los datos de actores heterogéneos en una única plataforma y, así, ofrece una visión holística y a tiempo real de lo que sucede en la cadena.

Kaira es un software as a service y como tal, propone ofrecer un servicio a sus clientes basándose en las últimas tendencias a la vanguardia del sector tecnológico. Se aloja en la nube pública de AWS y elimina la ineficiencia de tener que consultar datos en fuentes heterogéneas y distintas, ya que se conecta a cada uno de los actores de la cadena, ofreciendo la capacidad de gestionar la cadena de suministro en una única plataforma completamente digitalizada, obteniendo una única fuente de datos fiable (One Single Truth). Como plataforma de gestión, Kaira ofrece la posibilidad de trabajar desde su interfaz web, donde se puede hacer uso de los datos, revisar KPIs, ver actuales, históricos y predicciones... o a través de su IA generativa conversacional, “hablar” con la cadena de suministro, bien sea desde el entorno web Kaira o desde herramientas de mensajería instantánea (Whatsapp) integradas al 100%.

Con esta colaboración, Kaira ha permitido a Florette digitalizar toda su cadena de suministro y monitorizar todos sus transportes en Europa, independientemente del medio. “Al conocerse, fue amor a primera vista”, indicaba con humor Pablo Oliete, fundador y CEO de Atlas Tecnológico y moderador del diálogo. Kaira ofrecía lo que Florette demandaba, sin embargo, fue un factor aditivo el que favoreció ese flechazo: “Kaira comprendió el lenguaje del negocio y no fue necesario ni explicarlo; después, supo trasladarlo tecnológicamente”. Según el representante de Florette en el Collaborate, “en ocasiones nos hemos equivocado y nos hemos lanzado directamente a por la tecnología, pero después nos hemos dado cuenta de que no había”. Es clave que un partner comprenda la actividad de la empresa y de qué manera se puede hacer más eficiente el trabajo.

El caso de Kaira y Florette es producto de las reuniones One to One del Collaborate Zaragoza y, dados los resultados, verifica su utilidad. Esta iniciativa versa sobre un objetivo clave: conectar a los consumidores de tecnología con empresas de servicios. Para extraer el máximo jugo de este nexo, Beltrán aporta una recomendación: “Al presentarse, os sugiero que se muestre también un caso de éxito tangible que demuestre su capacidad”. Después de cuatro proyectos con Atlas Tecnológico, Fernández pone el broche final al sugerir estar abiertos a la colaboración: “Lo que destaca de eventos como el Collaborate es entablar nuevos contactos, y si hemos encontrado a un partner que nos ha permitido ganar tiempo es por la calidad del ecosistema”.

CUADRO DE MANDOS

De la etapa Mier a la amenaza Cobo Calleja



PABLO OLIETE

Uno de los grandes triunfadores de #CollaborateSantander24 fue Pedro Mier, ganador del primer premio Atlas Artífice 2024. Su participación en el Big Ideas organizado por

Eugenio Mallol y la detallada descripción de su persona y su trayectoria profesional, realizada por Ezequiel Navarro, no dejaron indiferente a nadie. Una parte importante de los asistentes ya conocía a Pedro, por otra no. Para aquellos que no lo conocían fue un gran descubrimiento, muchas personas así me los trasladaron y decenas de ellas se acercaron durante la cena del primer día a descubrir un poco más a nuestro premiado. Como bien describe Ezequiel en su artículo del AtlasTechReview_30, Pedro es un patriota y eso no deja indiferente a nadie.

Una semana después de #CollaborateSantander24, los socios de AMETIC elegimos los vocales a la nueva Junta Directiva. Este proceso tiene como finalidad designar al sustituto de Pedro Mier como presidente. Normalmente, este proceso debería haber sido tranquilo porque había una candidatura, publicitada de Ezequiel Navarro, que actualizaba el Comité de Dirección de la etapa Mier, pero no era rupturista con parte del equipo anterior. Pero los procesos electorales nos carga el diablo, como tantas otras cosas y en muchas ocasiones son una oportunidad para aflorar intereses legítimos, pero ocultos, de algunos asociados. Algunos movidos por la vanidad y otros por intereses puramente mercantiles.

Por eso es tan importante, en momentos como este, que haga acto de presencia la AMETIC real, forjada por tantas empresas de base tecnológica y de prestación de servicios que han contribuido a transformar el país durante décadas con su trabajo innovador incansable. El futuro no está asegurado, el camino seguido hasta ahora se puede desviar si no nos hacemos cargo, nada está garantizado. Implicarse ahora sentará las bases de un proyecto capaz de impulsar de verdad los tres pilares reivindicativos de la asociación: la formación, la innovación y la reindustrialización; no hacerlo conduce a la incertidumbre.

Reconozco personalmente que este proceso electoral a mí me ha cogido con todo mi foco puesto en ATLAS TECNOLÓGICO que está viviendo el mejor momento de negocio tras cuatro años picando piedra. La llamada que me hizo Ezequiel Navarro para que colaborara con su candidatura, me recuerda a las que alguna vez he hecho yo a algún amigo bodeguero en medio de una vendimia. Mi amigo solo tiene atención en esos momentos para garantizar que toda la uva llegue en tiempo y forma a su bodega, minimizando cualquier posible riesgo.

Esta semana hemos conocido los resultados de la elección para las vocalías en la Junta



Pedro Mier durante la entrega del Premio Artífice en el Collaborate Santander.

Genera de AMETIC de los representantes de grandes, mediana y pequeñas empresas. Normalmente, me ha sorprendido el interés que las empresas asiáticas han mostrado por tener presencia en un órgano de representación tradicionalmente copado por empresas de España, si sirve un ejemplo, los Mier de toda la vida.

Por otro lado, esta semana, creo que por casualidad, he asistido a dos conferencias donde se ha dedicado especial atención a cómo las empresas chinas están mostrando cada vez más interés por aterrizar y tomar un mayor protagonismo en los sectores industriales europeos.

Termino la semana haciéndome la pregunta de si no estaremos viviendo la repetición del proceso Cobo Calleja (polígono industrial con mayor concentración de negocios chinos en Europa, situado en la Comunidad de Madrid)

en la principal asociación empresarial de la industria digital en España. No lo sé.

Para que un proceso de estas características se produzca, poner en común intereses de distintas empresas asiáticas no es cosa fácil, porque habitualmente estos países son competidores entre ellos, pero también sé que sólo alguien con capacidad de orquestar estos intereses y cambiar el rumbo ascendente actual de la asociación lo puede conseguir, siempre que algún tonto o tonta útil se preste a blanquear los intereses de una de las mayores economías del mundo. La pregunta que me hago yo es qué dirá el gigante azul de todo esto. Cuando analizo a todos los intervinientes en el proceso, no hago más que pensar en épocas pasadas en las que AMETIC pudo desaparecer.

Esperemos que no pasemos de la etapa Mier a la etapa Cobo Calleja. Al tiempo.

Martes 15

17:20 - 18:00 h KEYNOTE

El poder transformador de la comunicación

18:00 - 18:30 h MESA REDONDA

Construyendo el nuevo mundo conectado desde la industria

18:30 - 18:55 h CONVERSACIÓN

De Zaragoza a Santander pasando por Milagro: caso de uso Kaira-Florette

19:10 - 19:45 h

Conectando puntos, aplicación de la tecnología en la mitigación ante la transferencia de los riesgos industriales

19:45 - 20:15 h

BIG IDEAS

20:15 - 20:45 h MESA REDONDA

Entrega del "Premio Atlas Artífice 2024" a Pedro Mier

ORGANIZA:

Atlas tecnológico

PROMOTORES:

Rely | SIALI | CELESTIA | TST

COLABORA:

SANTANDER CIUDAD | SODERCAN | SOCIEDAD PARA EL DESARROLLO REGIONAL DE CANTABRIA

Agenda

MAIN STAGE // Palacio de la Magdalena

Miércoles 16

09:00 - 09:25 h KEYNOTE

El desafío de la productividad en un mundo incierto

09:25 - 09:50 h CONVERSACIÓN

El nuevo diálogo entre informática y operaciones en la industria

09:50 - 10:15 h CONVERSACIÓN

La Inteligencia Artificial, una nueva dimensión en la calidad de tu producto

13:10 - 13:35 h MESA REDONDA

Generar asistentes con IA para gestionar documentación

13:35 - 13:55 h MESA REDONDA

Inteligencia Artificial Generativa aplicada a procesos de innovación

13:55 - 14:25 h MESA REDONDA

Organizaciones efectivas, las personas en el centro

INTEGRAL INNOVATION EXPERTS

kaira

lis data solutions

ACORDE challenge the limits

innolandia.es by Ángel Alba

integra

SCILING

tecnal:a MEMBER OF BASQUE RESEARCH & TECHNOLOGY ALLIANCE

CENTRO TECNOLÓGICO CT

ita Instituto Tecnológico de Aragón

jtc AICE

keyland

GRACIAS POR HACERLO POSIBLE

APIUX

30ARTIF ANIVERSARIO

compit+e COOPERACIÓN + MEJORA

GRAVOTECH EXPRESSION OF THINGS Channel Partner

TUPL

UGROUND SEMANTIC ENGINEERING

artisca

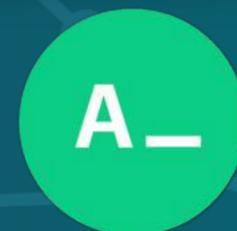
BIYECTIVA TECHNOLOGY

MESbook

ORBITA INGENIERIA

tisi Técnicas Logísticas Sistemas e Ingeniería

TRIBUS



ATLAS INDUSTRIAL TRENDS (H2): INNOVAR COMO EN EEUU, CON LA REGULACIÓN DE LA UE

PONENTES DEL COLLABORATE SANTANDER Y EXPERTOS DE LA UNIVERSIDAD COMPARTEN UNA SESIÓN DE ANÁLISIS EN LA QUE IDENTIFICAN 15 VECTORES DE CAMBIO QUE IMPACTAN DIRECTAMENTE EN LA INDUSTRIA ESPAÑOLA

EQUIPO ATLAS

Expertos del mundo de la empresa y la investigación académica han contribuido a recopilar los principales desafíos tecnológicos, económicos e institucionales a los que nos enfrentamos. La nueva entrega del Atlas Industrial Trends se gestó en la Sala de Gala del Palacio de la Magdalena de Santander en el marco del reciente Collaborate Link the Dots. Qué mejor forma de conectar puntos.

1. El tema de la energía, y del hidrógeno en particular, está muy condicionado por la regulación. Los 100 años de innovación y eficiencia en motores diésel están cerrándose simplemente porque hemos decidido que así sea. El hidrógeno todavía no existe, se espera quizás en la siguiente generación, pero la regulación no ayuda a despejar la incertidumbre. Todavía ningún componente de la cadena de valor del hidrógeno genera beneficios. De momento, no es sostenible económicamente.

2. Muchas empresas gestionan sus datos basándose en la infraestructura que proporcionan los grandes hiperescalares de la nube, lo cual plantea la cuestión de la soberanía tecnológica. No hay ningún gigante europeo capaz de ser alternativa por su capacidad de escala, de inversión, de generación de tecnología transversal en inteligencia artificial, en conectores y en gestión de volumen de datos, o en seguridad. Son imbatibles. Tenemos que pensar hacia dónde nos lleva esto. El momento tiene similitudes con aquel en el que parecía que China era también imbatible fabricando y el resultado para la industria está ahí. Existe un riesgo de dependencia, de que todos los contratos estén en manos de dos o tres multinacionales.

3. Los márgenes de la industria son muy pequeños y eso nos hace ser reactivos. No invertimos lo suficiente en transformación y para competir a nivel global es necesario estar continuamente reinventándose, adelantarse y marcar tendencia. Los bajos márgenes de Europa hacen que no sea un mercado atractivo y, al no haber inversión, se frena la innovación y la velocidad disminuye. Es una dinámica muy peligrosa. En Estados Unidos, es habitual tener los ahorros en Bolsa, de modo que la capacidad de financiación de las empresas es enorme. Se insiste en que China copia, y ya estamos en la situación

de copiar a China. Hay tres grandes tendencias: en inteligencia artificial, el momento geoestratégico y geopolítico es el de una guerra fría entre América y China en toda regla; y otros dos asuntos clave son energía y biología sintética.

4. Las nuevas aplicaciones y la irrupción de la inteligencia artificial permiten liberar más tiempo para los profesionales, pero generan nuevos desafíos a los departamentos de sistemas. Tienen que decidir cómo se gobierna la nueva situación, porque no hay área de la empresa que no esté pidiendo automatizar o digitalizar tareas. Esto provoca acumulación de aplicaciones en cada área, sin conexión, sin gobernanza. En algunos casos, cada área llega a conclusiones diferentes porque está tomando los datos de distintas fuentes.

5. A raíz de los informes de Letta y Draghi se va a desencadenar en Europa una nueva partida de fondos. Serán una llamada a impulsar una nueva política industrial europea, no fragmentada. Todo ese dinero es condición de supervivencia de Europa para no estar en manos de Estados Unidos y China. Los grandes grupos industriales europeos, franceses y alemanes se están posicionando ya, haciendo pasillo en Bruselas, explicando cuáles son los grandes proyectos que hay que apoyar y dónde. La industria española tiene que estar muy atenta y no esperar a que finalmente se anuncien los fondos.

6. Falta gente para la industria. Es un problema porque las cohortes demográficas son muy estrechas y la industria no tiene un particular atractivo. Uno de los temas clave tiene que ser cómo atraemos a personas, cómo las formamos para la industria que necesitamos y cómo trasladamos al conjunto de la sociedad que eso es muy importante.

7. Como sociedad vamos a dejar de necesitar



Un momento del debate para definir las Atlas Industrial Trends en el Collaborate Santander.

tecnólogos para requerir filósofos y gente de humanidades, capaces de entender la relación entre empresas y las lógicas de negocio en las industrias y de explicárselo a un sistema de procesamiento del lenguaje natural capaz de automatizar. Y aquí es donde viene la lógica de los desops o la desoperativización de las empresas: ya no vamos a mejorar los procesos o la eficiencia, sino que ya directamente vamos a desoperativizar. Las empresas van a pensar mucho más en la táctica, en la estrategia, en lo creativo, no necesitaremos a tanta gente que sepa de programar.

8. Estudios académicos demuestran que las emisiones de gases de efecto invernadero no se están reduciendo. En un momento dado se detectó un cierto cambio, pero ahora se mantienen estables. Si Europa quiere que sigamos siendo más sostenibles, de alguna manera va a tener que introducir más regulación y las empresas tienen que estar al tanto. La regulación bloquea mucho y, si para nuestros competidores no es la misma, al final se convierte en una pérdida de competitividad y en un riesgo. Se debe aplicar a todo el mundo por igual.

9. En materia de sostenibilidad, a veces se toman acciones demasiado rápidas y luego hay que recular. En las estrategias de economía

Estudios académicos demuestran que las emisiones de gases de efecto invernadero no se están reduciendo, habrá más regulación y diferente de la de la competencia



Tomás Gómez Acebo, Mireia García y Elisabeth Viles, al fondo, entre los participantes.

Hay que desoperativizar las compañías, pensar más en la táctica y en la estrategia que en la programación informática y es clave estar presente allí donde se toman las decisiones

circular se está viendo ya en la bibliografía. Hay muchos casos de empresas que han tomado acciones de recuperar, usar y manufacturar, y eso provoca el llamado 'efecto rebote de la economía circular'. O bien porque las soluciones tecnológicas consumen más que los beneficios que generan, o bien porque los mercados son complejos y el consumidor mismo provoca ese efecto. El consejo sería: hay que ser conscientemente proactivo, o sea, conocer bien lo que hay detrás. Ese conocimiento viene de la mano de la Universidad y los centros tecnológicos, cuya obligación es ir un paso por delante.

10. El mayor proporcionador de inversión en la Europa fragmentada en la que vivimos es el Estado, pero para adjudicar esa inversión, y que parezca justa, lo hace mediante subvenciones canalizadas en proyectos a los que da 2, 3, 4 años de plazo de ejecución. Si por el camino la tecnología cambia no pasa nada, se sigue ejecutando el proyecto para no perder la financiación. Ese es uno de los grandes problemas de una Europa fragmentada: nos centramos más en los resultados financieros que en los económicos. Y no hay capital que quiera aceptar ese riesgo.

11. En Europa, no va a haber conductores de camiones en tres años, el déficit va a ser brutal. No se trata ya únicamente de la retención del talento cualificado, sino de captar a personas capaces de llevar nuestros productos al consumidor final. Toda transformación se ha basado en un cambio cultural que pasa por que las personas se adhieran. Uno de los puntos para conseguirlo es la recuperación de lo antiguo. Hay empresas en las que máquinas de última generación coexisten con otras de hace 50 años. Hay que hacer que eso confluya en algo único, que salga un resultado realmente operativo. Se consigue a través de la formación.

12. Hay una separación cada vez mayor entre las empresas que innovan y las que no, y así un país no se construye. ¿Por qué los que tienen que tomar las decisiones no innovan? ¿Qué incentivo tienen para escoger a algunos de sus profesionales y ponerlos a trabajar en un proyecto de innovación? Es un tema de decisión, de querer o no querer, de actitud. Los incentivos son individuales. El 95% de los emprendedores del sector salud dan el paso por una motivación personal.

13. Toda la tecnología que estamos poniendo encima de la mesa lo va a cambiar todo y eso es lo primero que tenemos que entender, que no vamos a hacer nada de la misma manera. Se puede hablar de innovación, pero la clave es el cambio cultural.

14. Hay que ser relevante allí donde se toman las decisiones. Muchas plantas de la misma compañía no son iguales, algo tienen que ver en ello los gestores y la propia empresa debería tener capacidad de analizarlo. El tomador de decisiones es fundamental y, a nivel España, no estamos siendo capaces de influir en los sitios donde se adoptan decisiones a nivel mundial. Es un peligro muy grande porque estamos perdiendo proyectos. Falta ambición.

15. Es clave conocer mejor el comportamiento del consumidor, a qué dedica su tiempo libre y sus recursos. Eso va ligado a cómo somos capaces de utilizar la tecnología, incluida la inteligencia artificial desde un punto de vista de anticiparnos a sus decisiones. Muchas veces prima una visión muy cortoplacista para conseguir datos de relaciones rápidamente. En otras ocasiones, los clientes no saben lo que quieren. Es un bucle del que hay que salir.



El fundador y CEO de Innolandia, Ángel Alba, interviene en el escenario principal del Collaborate en el Palacio de la Magdalena.

LA IA GENERATIVA 'A EXAMEN', LA CLAVE SON SUS RESPUESTAS

EL CEO Y FUNDADOR DE INNOLANDIA, ÁNGEL ALBA, INSTA A NO OBSESIONARSE CON LA CANTIDAD DE DATOS, SINO CON LA CALIDAD DE LAS APORTACIONES DE LOS SISTEMAS ARTIFICIALES

MILA CAMURRI

Ángel Alba, fundador de Innolandia, ha presentado su keynote "Explorando modelos de negocio de #InnovaciónAumentada". EHa abordado el proceso y éxito de un caso práctico centrado en la aplicación de la inteligencia artificial generativa (IAG) en el ámbito empresarial, así como ha puesto en relieve lo que supone la creación y desarrollo de un modelo de IAG que busca resolver problemas reales en los procesos industriales.

Según ha dicho durante su intervención en la sala principal del Collaborate Link the Dots Santander, cuya segunda jornada transcurrió en el Palacio de la Magdalena, "el 99,9% de las ideas no funcionarían tal y como las concebimos", lo que significó el punto de partida para una ponencia desbordada de lecciones sobre cómo gestionar la innovación y tecnología en un entorno industrial. Ángel Alba también ha subrayado que "el proceso de innovación no es lineal, sino un ciclo continuo de prueba y error". Por ello, ha propuesto que, frente a una idea, "lo primero es convertirla en un prototipo, no importa que sea imperfecto, sino probar su viabilidad".

Una de las ideas transformada en proyecto, por el equipo de Ángel Alba, es Atenea, una IAG diseñada para ayudar en la gestión de procesos industriales. Según el experto, tras participar en el anterior Collaborate, en Zaragoza, Innolandia contactó con el Insti-

tuto Tecnológico de Informática (ITI) para comenzar una prueba del concepto, que había mantenido bajo llave.

Sin embargo, a pesar de que Atenea ofrecía respuestas, "no eran del todo acertadas", lo que obligó a Innolandia a realizar ajustes en el modelo.

El primer "gran aprendizaje", según Ángel Alba, ha sido que "los datos disponibles no estaban preparados para ser utilizados en la IA". Además, "la creación del dato no era buena, y un modelo de IAG necesita una estructura y enfoque adecuados". Por ello, no solo era cuestión de entrenar a Atenea con datos, sino de "asegurarse de que los datos eran correctos y pertinentes para las necesidades de los usuarios". Frente a ello, el equipo concluyó en que "el éxito de una IAG no depende solo de su capacidad tecnológica, sino de su relevancia para los usuarios".

Más tarde, la compañía decidió que sus clientes prueben la IAG, lo que, según Ángel Alba, aportó un "resultado revelador", debido a que notó que "los usuarios no hacen preguntas generales, sino que formulan preguntas relacionadas con su caso particular".

La clave concluyó es que una IAG debe evolucionar no en función de la cantidad de datos que maneja, sino por su capacidad para responder a problemas concretos, y concluyó en que "los datos solo son útiles si resuelven una pregunta real del usuario".

Luego, tras otra prueba, sus clientes ya

preferían Atenea en vez de Chat GPT. No obstante, Ángel Alba no ha escatimado en detalles sobre los obstáculos que han enfrentado durante el proceso de desarrollo. Entre ellos, el equipo identificó cuatro problemas recurrentes: los encargados de un proyecto a menudo se ven sobrecargados al ser asignados a otros en simultáneo. Respecto a los equipos de innovación, suelen encontrar resistencia de otros departamentos para colaborar. A su vez, la falta de información relevante dificulta la toma de decisiones y, por último, los jefes de proyecto carecen de visibilidad en tiempo real del progreso del trabajo.

Asistentes personalizados

Tras identificar los conflictos, Innolandia ha desarrollado tres asistentes personalizados que trabajan en conjunto con Atenea. Uno de ellos se especializa en la planificación de proyectos, otro en el seguimiento del progreso y un tercer asistente se dedica a la gestión general del proyecto.

Ángel Alba ha asegurado que el proceso de creación de Atenea "ha sido un ejercicio de innovación constante" y ha afirmado que "el aprendizaje principal radica en que la implementación de una IAG no es simplemente un proyecto tecnológico, sino uno de innovación de riesgo". Por ello, asegura que "implantar un modelo de IAG requiere metodologías específicas y un enfoque basado en experimentos constantes".

Para el experto, el éxito radica en la "capacidad de pivotar y adaptarse" frente a lo que "surge en el camino". En el mismo sentido, el equipo de Innolandia ha aprendido a trabajar de manera iterativa, al ajustar sus modelos y metodologías según las lecciones que extraen de cada prueba.

A su vez, Ángel Alba ha afirmado que implementar la IAG representa una oportunidad para las empresas de "mejorar su eficiencia y resolver problemas concretos". Sin embargo, ha insistido en que este tipo de proyectos requieren un enfoque pragmático y basado en la realidad del usuario. "Al final, un modelo de negocio demuestra cómo una organización o producto entrega y genera valor", señaló Ángel Alba.

EL RELATO, MOTOR DE LAS 'MARCAS' MÁS PRODUCTIVAS

LA DIRECTORA DE ESTRATEGIA DE MARCA DE PRODIGIOSO VOLCÁN, MARÍA GARRIDO, SITÚA A LA MARCA POR DELANTE DE LA EMPRESA Y ABRE LOS OJOS SOBRE EL VALOR DE LA COMUNICACIÓN

MILA CAMURRI

María Garrido, directora de estrategia de marca en Prodigioso Volcán, en su ponencia titulada "Una empresa con voz propia en la Torre de Babel" en el Collaborate Santander 2024, ha dejado claro que la creación de una marca sólida representa un factor clave para las compañías de la industria 4.0 que buscan prosperar. En ese sentido, sostiene que la comunicación no solo es una herramienta de apoyo, sino el "motor" que impulsa el "progreso empresarial".

La experta ha protagonizado la conferencia de apertura de la segunda jornada del evento de Atlas Tecnológico. En su intervención, se ha basado en los estudios realizados por Edelman, la firma de comunicación líder a nivel global, y ha afirmado que "los CEOs dedican el 80% de su tiempo a tareas de comunicación". Por ello, sostiene que el tiempo dedicado a comunicar de forma estratégica, en específico, mediante la marca, genera un impacto transversal que repercute en factores como la rentabilidad, confianza, entre otros beneficios, como el posicionamiento de la compañía frente a sus competidores.

También, la influencia de la marca en el entorno de la comunicación interna y externa de una empresa ha sido uno de los ejes principales propuestos por María Garrido. Además, explicó que "una marca bien gestionada puede aumentar un 25% la productividad de los equipos", debido a que "están bien conectados y comunicados". Todo el conjunto fomenta la cohesión entre los distintos departamentos, lo que evita los hilos que suelen aparecer en grandes organizaciones.

Otro punto referente en la intervención ha sido la distinción de la experta entre ser una marca o una empresa. Sobre los beneficios e impacto que genera establecerse como la primera frente a lo que genera la segunda: "nada", sostiene que "la marca impulsa el crecimiento personal y profesional, y una empresa no".

Ello se debe a que una marca no es solo un logo o un producto, sino una plataforma desde la que se puede crear un impacto emocional y social, lo que "permite atraer talento, inversores y socios". Según María Garrido, la marca influye en la "elección de una empresa frente a su competencia".

Respecto a las ventajas de la alianza

entre la comunicación y la marca, María Garrido afirma que "tiene más vida que un producto" y ha señalado que, mientras los productos y servicios evolucionan, una marca bien construida puede "perdurar y abrir nuevos mercados". Para demostrarlo, se basó en el caso de Volvo, cuya asociación con la seguridad le ha permitido a la compañía de automóviles construir un valor sólido que trasciende más allá de sus vehículos.

Asimismo, mencionó el caso de Motorola, una compañía que, al cambiar su misión y estrategia de comunicación, ha visto como resultado el "aumento de sus acciones en un 20% en solo seis meses".

Ambos casos le permitieron a la experta ilustrar el poder transformador que posee la marca cuando se encuentra bien alineada con una estrategia de comunicación efectiva.

Credibilidad

Además, ha destacado que "el 55% de las personas confía más en las empresas que en gobiernos o instituciones", una cifra que pone de manifiesto el poder y la responsabilidad que ejercen las marcas en el mundo actual.

Según María Garrido las empresas no solo deben cumplir con sus promesas comerciales; "las empresas son un actor social más" y "a través de una narrativa sólida deben generar valor para la sociedad y aportar una función social que las diferencie y les otorgue legitimidad".

Un dato que ha impactado a algunos en la sala ha sido que "el 73% de los consumidores está dispuesto a pagar más por marcas que recuerdan de memoria", un indicador de que la percepción y el valor de la marca tienen un impacto directo en la rentabilidad. No obstante,

María Garrido también abordó los grandes retos que enfrentan las empresas en su transformación hacia la Industria 4.0, un entorno donde "el 70% de los programas de cambio organizacional fracasan".

Frente a los conflictos, la experta ha subrayado que la comunicación efectiva puede crear una comunidad sólida, generar confianza frente a los cambios y, en última instancia, impulsar la aceptación de cualquier transformación. Por ello, la comunicación no solo es esen-



María Garrido interviene en el Collaborate Santander.

cial para el éxito de la marca, sino que también es fundamental para "liderar transformaciones culturales dentro de las organizaciones".

Por último, ha afirmado que "el liderazgo estratégico hoy no solo depende de la toma de decisiones, sino también de la capacidad de comunicar las decisiones de forma coherente y clara".

CARLA MANSANET

En un mundo empresarial cada vez más digitalizado, el software está revolucionando la forma en que las compañías abordan la innovación. El Collaborate Santander programó una sesión de casos de uso en la Sala Conecta 1 con cuatro empresas para adaptarse al nuevo paradigma.

“Nos enfocamos en el desarrollo del producto digital, no en el del software”, así comienza Jacinto Obispo su intervención sobre los casos de uso clave para Apiux, donde es director técnico. El objetivo es entender e impulsar a los clientes a innovar a través de herramientas de intraemprendimiento, scouting e innovación data-driven. Sin embargo, “la inteligencia artificial está transformando el procesamiento de datos y la creación de entornos digitales”, expresa.

Al mostrar casos de uso estandarizados, muestra cómo integrar la tecnología al negocio. Según Obispo, “planificamos la evolución del producto, por eso nos interesan las cifras medibles”.

Por su parte, Cartif se enfrenta a la gestión y calidad de los datos en procesos tecnológicos, como la optimización de la interacción entre empresas. “Utilizamos una metodología lineal, pero a veces es necesario retroceder debido a la falta de datos”, explica Marcos Lodeiro, responsable de desarrollo de negocio en el centro tecnológico.

Cartif ha optado por un software que permite entender cómo aplicar los datos. Los casos de éxito se expanden a todos los sectores: “reducir el consumo de edificios ya no es un reto porque hemos adaptado los datos y optimizado los algoritmos”.

UGROUND destaca que la madurez tecnológica ha llegado a un punto crítico para las pymes, que enfrentan la complejidad de gestionar datos dispersos y procesos descoordinados. Según Pablo Díez, su CTO, “la solución es una estructura que unifique API, datos y dedicio-



Un momento de la intervención de Eva Giner, directora de innovación de SPB.

Y EN EL PRINCIPIO ERAN LOS DATOS

DIRECTIVOS DE APIUX, CARTIF, UGROUND Y SPN EXPONEN EN LA SALA CONECTA 1 SUS CASOS DE ÉXITO PARA HACER REALIDAD LA INEVITABLE NUEVA INDUSTRIA HABILITADO POR SOFTWARE

nes”, lo que permite abordar la gestión empresarial integralmente.

Con esta propuesta tecnológica, se puede conectar la empresa de punta a punta y homogeneizar los procesos de datos para aumentar la eficiencia a largo plazo.

La directora de innovación de SPB distingue dos claves para la habilitación de softwares: la automatización de tareas y la explotación de datos. Según explica Eva Giner, “la automatización mediante chatbots es esencial para reducir errores y liberar tiempo del personal”.

Respecto a los datos, explica que las empresas se enfrentan muchas veces a problemas de dispersión de fuentes, por ello en su caso apuestan por la centralización de datos y la mejora de la comunicación.

planta y facilitador de fabricación digital Michelin, explicó los problemas de duplicación de esfuerzos en sus procesos de producción e innovación.

Sciling, de la que Germán Sanchis es fundador y CEO, desarrolló una plataforma que optimiza el acceso a una base de conocimiento compartida entre fábricas, lo que reduce la duplicación y visibiliza soluciones en tiempo real. La IA es una ventana de oportunidad de negocio e Hinojosa lo demuestra. “Hemos comenzado a aplicar la IA a la automatización”, explica Mireia García, su directora de innovación.

Primero se identificaron tareas para automatizar con herramientas como ChatGPT, y luego formaron a empleados para detectar casos de uso mediante cursos de Innolandia. “Ejemplos de ello son los asistentes personalizados para la prospección de nuevos clientes y GPTs para comparar proveedores o elaborar informes”.



Germán Sanchis y Germán Arias, en la Sala Conecta 1.

lo que resalta la necesidad de contratar a expertos en IA. CTC apuesta por la herramienta para acelerar la adopción del machine learning (ML), que elimina la intervención

experta, y mejorar el acceso e interpretación de datos exógenos con técnicas de lenguaje natural.

En su presentación dual, Germán Arias, director técnico de

CONECTAR CON CIBERSEGURIDAD

TECNALIA, INTEGRA Y ACORDE PONEN DE MANIFIESTO EN SUS CASOS DE USO QUE LA EVOLUCIÓN HACIA UNA ECONOMÍA DIGITAL VA A REQUERIR UN CAMBIO DE LOS PROCESOS DE TRABAJO

MILA CAMURRI

La sesión de casos de uso titulada “Inteligencia y conectividad everywhere”, ha reunido a Maite Álvarez, de Tecnalia; Manuel Lobeira, de Acorde; y Félix Gil, de Integra. Han discutido cómo la inteligencia artificial (IA) y los datos prevén revolucionar la industria y ciberseguridad.

Maite Álvarez ha abordado el papel de los “espacios de datos” en la ciberseguridad industrial. Según la experta, “hay millones de fuentes de datos disponibles, pero el reto es convertir la información en servicios de valor añadido”. Sin embargo, la experta ha señalado que la ciberseguridad aún es “un desafío en la mayoría de las industrias” y ha añadido que “no se aprovecha todo el potencial de la información en la protección frente a amenazas”.

A su vez, ha aportado indicios sobre el proyecto de Tecnalia, el BCSSD, que se desarrollará durante los siguientes tres años. Se trata de un “espacio digital seguro para que las organizaciones compartan datos relacionados con la ciberseguridad industrial”. El objetivo es generar alertas tempranas y detectar vulnerabilidades a través del análisis de datos provenientes “incluso de la dark web”, según ha explicado. No obstante, ha hecho hincapié en que “la información debe estar bien estructurada para ser útil”.

Sobre el futuro, pero respecto a otras tecnologías, Félix Gil ha aportado una visión basada en su experiencia, debido a que se dedica a implementar la IA en el área industrial desde 2007. El experto ha afirmado que “la IA no es el futuro, sino el presente”, y ha subrayado



Un momento de la intervención de Maite Álvarez, de Tecnalia, en la Sala Conecta 2.

cómo el uso de datos o tecnología digital transforma la totalidad de los sectores. Un reflejo de ello, y caso de éxito alcanzado por Integra, ha sido su colaboración con la empresa Maier, líder europea en la decoración de piezas de plástico y subconjuntos técnicos para la industria del automóvil. Tras implementar Microsoft Fabric, han logrado consolidar los datos de diversas fuentes y mejorar la toma de decisiones. Félix Gil ha concluido que “la evolución hacia una economía digital requiere un cambio completo en los procesos de trabajo”.

Por último, Manuel Lobeira se ha centrado en cómo la tecnología puede ser monetizada e ha insistido en que “el uso de la tecnología debe ser rentable y práctico”. A su vez, sostiene que es la única manera para que “las empresas adopten soluciones a gran escala”. En el mismo sentido, Acorde ha aplicado soluciones tecnológicas, como la primera planta fotovoltaica flotante en Europa, lo que ha demostrado cómo la ciberseguridad y la tecnología industrial van de la mano para garantizar la eficiencia operativa.

Ventana de oportunidad de la IA

CARLA MANSANET

El Collaborate Santander abrió un espacio a la IA a través de los casos de uso, enfocados en mejorar la gestión de información, automatizar tareas duplicadas y optimizar procesos de innovación y productivos. La inteligencia artificial (IA) ha dejado de ser una promesa en algunos ámbitos para convertirse en una herramienta clave para la innovación. En el Collaborate Santander, un grupo de expertos demuestra a través de casos de uso las posibilidades de escalamiento de la IA en la industria.

“Todos los roles de la industria son clave para entender cómo aprovechar la IA”, introduce Abraham Casas, director de tecnología en CTC. No obstante, muchos enfrentan dificultades para detectar fallos y categorizar la información,

La vida digital de licores y válvulas

La sesión sobre casos de uso, titulada “Tecnologías que impactan en la cuenta de resultados de la industria”, ha sido protagonizada por Sergio Moreno, de Bijectiva; Javier Tajadura, de Gravograph; y Pablo Tapia, de Tupl.

La hiper automatización ha sido explicada por Sergio Moreno, cuya empresa, especializada en IA y visión artificial, ha aplicado en el sector agroindustrial. El caso de éxito de Bijectiva ha sido en colaboración con Zamora Company, un productor de Licor 43, que necesitaba “garantizar la alta calidad del etiquetado de sus botellas premium”. Frente a ello, han desarrollado un sistema automatizado con una cabina multicámara que sus-

tituyó a los empleados, al tiempo que ha permitido procesar hasta 11 mil botellas por hora. Según el experto, “con cuatro cámaras y un análisis de imágenes en tiempo real” han logrado “corregir las imperfecciones en el etiquetado de forma rápida y eficiente”.

En un área similar, Pablo Tapia ha explicado cómo la tecnología de Tupl permite que los clientes finales utilicen con eficiencia la IA. “El objetivo es hacer accesible la tecnología para quienes no son expertos en el área”. El reflejo es el caso de éxito alcanzado por la compañía tras implementar sistemas de visión de calidad en diez líneas de producción, lo que se ha traducido en la reducción de operarios y la



Javier Tajadura, de Gravograph, durante su intervención.

mejora de eficiencia. También ha mencionado el desarrollo de un modelo de IA generativa que interpreta lenguaje natural, aplicado para acelerar la toma de decisiones basadas en datos.

Por último, Javier Tajadura ha presentado la solución de Gravograph para Danfoss, proveedor líder de tecnologías para varios sectores industriales y otros mer-

cados. El reto abarcaba problemas de durabilidad en la marcación de válvulas. Frente a ello, para garantizar la trazabilidad y seguridad en el proceso de marcaje, la compañía ha diseñado e implementado una solución con láser de fibra y brazos robóticos. Ello se tradujo en la reducción de 2.800 horas de trabajo manual al año y en el aumento de la competitividad de Danfoss.

MILA CAMURRI

Sergio Pesquera, CEO y cofundador de Rely | Siali, y Guillermo Salcines, COO Manufacturing de Fushima, han protagonizado la conversación titulada “La Inteligencia Artificial, una nueva dimensión en la calidad de tu producto”. En su conversación en el Palacio de la Magdalena, han compartido su experiencia tras colaborar en la aplicación de la inteligencia artificial (IA) en Fushima, destinada a mejorar la calidad de los productos industriales.

Sobre las empresas, Rely|Siali es una plataforma no code, dedicada a automatizar el control de calidad de las fábricas a través de la visión artificial potenciada con IA, al tiempo que Fushima es una compañía que desarrolla y fabrica productos para la higiene bucal a nivel global.

El valor del proyecto reside en la transición de la visión artificial tradicional a la visión artificial potenciada con IA. Aunque el camino “no ha sido fácil”, según afirman los dos expertos, tanto Sergio Pesquera como Guillermo Salcines han logrado el éxito y explicado los beneficios que genera la adopción de la tecnología mejorada al aplicarla en la industria.

Un factor atractivo para la audiencia ha sido que Fushima ya contaba con sistemas de visión artificial instalados que no funcionaban de forma efectiva. Guillermo Salcines ha compartido que, durante el período inicial, se mostraba escéptico ante la posibilidad de que la nueva tecnología funcionara. Hoy, gracias a la implementación de la visión artificial potenciada con IA por parte de Rely|Siali, la compañía de higiene dental ha eliminado la necesidad de técnicos especializados a pie de máquina, debido a que el sistema es capaz de aprender y adaptarse por sí mismo.

Sobre la tecnología implementada, Sergio Pesquera ha explicado que “la IA no solo aporta valor a la operatividad, sino también a la trazabilidad”, un factor clave para mejorar los procesos industriales de control de calidad. Respecto a las tecnologías de control de calidad, el experto ha afirmado que existió “un punto de inflexión entre 2014 y 2016 que ha permitido aplicar avances signi-

LA IA ‘HUMANIZA’ A LA VISIÓN ARTIFICIAL

SERGIO PESQUERA, CEO DE RELY SIALI, Y GUILLERMO SALCINES, COO MANUFACTURING DE FUSHIMA, REPASAN SU TRABAJO CONJUNTO PARA POTENCIAR LAS CAPACIDADES DE LA VISIÓN ARTIFICIAL CON IA EN LA INDUSTRIA

ficativos”. Gracias a ello, las soluciones con IA aportan una “mayor robustez”, lo que permite “detectar detalles que antes hubieran pasado desapercibidos”.

La diferencia crucial en el cambio de paradigma reside, para Sergio Pesquera, en que “la visión artificial tradicional sigue un patrón predefinido, mientras que la visión con IA aprende como un ser humano”. A su vez, ha explicado el proceso de entrenamiento: “enseñamos el modelo y luego ese modelo se integra en la solución final”, cuya capacidad de autoadaptación y aprendizaje “es lo que marca la diferencia”. Lo que captó la atención de Guillermo Salcines, según él, además de la tecnología, ha sido la capacidad de la IA para adaptarse a los cambios “sin necesidad de intervención humana constante”. A su vez, ha afirmado que Rely|Siali “ofrecía algo distinto, un producto que aprende por sí mismo, que hay que enseñarle al principio, pero que luego se adapta solo a los cambios”.

Miedo al fracaso

En el mismo sentido, el experto de Fushima ha destacado que una de las mayores barreras para la adopción de nuevas tecnologías es el “miedo al fracaso”. Sin embargo, “si escuchas a todo el mundo, no haces nada”. A su vez, ambos expertos han destacado el impacto que genera estar “cerca” y entender a fondo el negocio en el que se implementa la solución.

Por último, Guillermo Salcines ha advertido que uno de los errores más comunes en los proyectos tecnológicos es la falta de una definición clara sobre los requerimientos desde el principio. “Muchos proyectos fallan por una mala definición, y eso no tiene que ver con la tecnología, sino con saber lo que realmente necesitas”.

Al tiempo que Sergio Pesquera ha concluido con una reflexión sobre la importancia de eventos como el Collaborate: “siempre comparo este tipo de eventos con una feria, pero al final es mucho más, tiene una parte de networking que nos ayuda a ser país. Crea vínculos y conexiones que son fundamentales para impulsar la innovación y el desarrollo tecnológico”.

CARLA MANSANET

En la mesa “Generar asistentes con IA para gestionar documentación”, expertos de Lis Data Solutions y Maflow Automovile destacan cómo los asistentes inteligentes optimizan la gestión documental y reducen tareas repetitivas, además, señalan que el éxito de su implementación requiere formación continua y un cambio cultural corporativo.

Cada vez es mayor el número de compañías que se están sumando a la integración de herramientas impulsadas por inteligencia artificial (IA). Claro que, al aplicar esas tecnologías en el día a día de las corporaciones, se está promoviendo un cambio cultural integral. La clave para conseguirlo reside no tanto en las tecnologías como en las personas trasmisoras de estas.

En la mesa redonda “Generar asistentes con IA para gestionar documentación”, Román Martín, director comercial y KAM de Lis Data Solutions, David López, director de I+D de la misma compañía, Teresa Iglesias, responsable de la dirección corporativa de personas y organización en Maflow Automovile, Xabier Iglesias, especialista en Inteligencia Artificial Generativa en Mementum Tech Entertainment, destacaron la relevancia de democratizar el uso de la IA y los nuevos modelos de lenguaje (LLM).

Los asistentes basados en IA tienen potencial para transformar las empresas al abordar problemas comunes en la gestión documental. Estas herramientas, cuando se aplican de manera simbiótica, no solo automatizan tareas repetitivas, sino que también reducen costes y liberan a los empleados de tareas repetitivas.

“El propósito de la IA es que los empleados se enfoquen en actividades de valor estratégico como la toma de decisiones”, afirmó Martín, quien además subrayó la relevancia de crear un ecosistema en el que todos los trabajadores accedan y comprendan estas herramientas. Además, la escalabilidad de los sistemas y capacidad de adaptación a los diferentes departamentos y necesidades demuestran, de nuevo, su potencial.

Lo desconocido

Los dos representantes de Lis Data Solutions detallaron el proceso de adopción de la IA para resolver las necesidades de cada cliente en su empresa. “El primer paso es analizar la tarea específica que la IA ayudará a resolver, el segundo, evaluar si la IAG o los LLM pueden responder esta necesidad, y el tercero es el desarrollo, basado en iteraciones rápidas para ajustar el sistema hasta que funcione en un ambiente real”.

Sin embargo, existe un gran reto para esta transformación: la resistencia al cambio y el temor

LA NUEVA INDUSTRIA INTELIGENTE DEMANDA OTRAS COMPETENCIAS

DIRECTIVOS DE LIS DATA SOLUTIONS, MAFLOW Y MEMENTUM TECH ENTERTAINMENT ANALIZAN LAS CAPACIDADES QUE VA A REQUERIR LA INTRODUCCIÓN DE ASISTENTES DE IA ENTRE OTROS CAMBIOS



Un momento de la mesa redonda en el Collaborate.

a lo desconocido. De acuerdo con Iglesias, “muchas empresas tienen miedo a la IA por falta de familiaridad y temor a perder el control de sus operaciones diarias”.

Para ella, el antídoto es la formación continua: “la tecnología por sí sola no transforma nada, sino que son las personas con el conocimiento adecuado las que saben aprovechar su potencial”.

Lis Data Solutions también tacha de fundamental demostrar con ejemplos reales los beneficios de la IA. Martín también propone acompañar esta evolución de una estrategia de formación continua que permita a las empresas ver cómo otras compañías están usando la IA en sus operaciones diarias. “De esta forma, no solamente se demuestra que es útil, sino accesible”, comenta.

Seguridad

Al fin y al cabo, como indicó David López, la tecnología no sustituye el trabajo humano, sino que agiliza los procesos y permite tomar mejores decisiones. En este marco, la seguridad de la información cuando se emplea la IA en la nube es una de las grandes preocupaciones de los empresarios. Por esa razón, propone la instalación de los modelos de IA en servidores locales, lo que permite que los datos se mantengan bajo el control interno y sin la necesidad de depender de una infraestructura externa.

Los ponentes coincidieron en que, para aprovechar el máximo potencial de la IA, se debe fomentar la colaboración interdepartamental y establecer una visión a largo plazo de la transformación digital. “La digitalización y la IA requieren que todos en la empresa trabajen hacia un mismo objetivo, donde la innovación y la colaboración sean una constante”, apuntó Iglesias.

Para ella, el éxito de estos procesos dependerá de la capacidad de la empresa para integrar la IA no solo en su operativa, sino en su cultura corporativa. Con esta mesa, se cerraba el turno de debates en el Collaborate.



Pablo Oliete, CEO de Atlas Tecnológico, conversa con Sergio Pesquera y Guillermo Salcines.

HACIA UN LENGUAJE COMPARTIDO PARA INFORMÁTICOS Y PERSONAL DE PLANTA

ANA SÁNCHEZ, DE INTEGRAL INNOVATION EXPERTS 9ALTITUDES, Y LA DIRECTORA MUNDIAL DE ENSAMBLAJE EN HORSE RENAULT, REPASAN LAS CLAVES PARA LA NUEVA ETAPA QUE SE ABRE EN LA COLABORACIÓN ENTRE LAS ÁREAS DE IT Y OT DE LAS EMPRESAS



Ana Sánchez, Sergio Martín y María Sanz-Rico, en el escenario principal del Collaborate.

CARLA MANSANET

Los procesos productivos en las empresas han ganado complejidad, y la necesidad de adaptación al nuevo paradigma informático ha dejado de ser una problemática tecnológica para reconvertirse en una cuestión estratégica. La clave reside en la monitorización de procesos a través de softwares especializados en el recabado de datos en tiempo real.

Sin embargo, la aplicación de estos softwares en cada fase del proceso no es tan sencillo como digitalizar la cadena. La prioridad es estimular un diálogo entre informática y operaciones en el que compartan un mismo lenguaje y comprendan la información que su aplicación sea armónica en toda la empresa. María Sanz-Rico, directora mundial de ensamblaje y mecanizado en Horse Renault, y Ana Sánchez, consultora de Integral Innovation Experts 9altitudes conversan en el Collaborate.

La adaptación a la nueva industria exige que las empresas desarrollen un modelo de comunicación interno claro, capaz de unificar los procesos de gestión de los datos para mejorar la eficiencia y generar de negocio, que sitúa a la sostenibilidad como motor de crecimiento. “Existe una necesidad de integración de los equipos de IT (tecnologías de la información) y OT (tecnologías de operaciones) para que la comunicación sea lo suficientemente apropiada como para resolver los problemas de la industria, por lo que es crucial tener equipos multidisciplinares”, explica Sánchez.

“Los departamentos de IT deben co-

nocer al detalle los procesos productivos para conocer las necesidades reales de las plantas, así como los trabajadores de las plantas deben elevar sus conocimientos en tecnologías digitales”. Es decir, la existencia de un lenguaje compartido y comprensible entre las diferentes áreas es fundamental para abordar los objetivos de manera conjunta.

Un ejemplo de las posibilidades que ofrece esa sinergia es la ciberseguridad, pues, como explica Sanz-Rico, “el departamento de operaciones hubiera sido incapaz de implementarla sin que la informática entendiera las nuevas necesidades de dichos procesos”. Las organizaciones no evolucionan a la misma velocidad que las exigencias industriales, lo que pone en relieve la necesidad de generar una comunicación clara en la que ambos comprendan las necesidades mutuas.

“Lo verdaderamente difícil no es lo técnico, sino compartir la información con toda la empresa y que la entiendan”, señala la integrante de Integral Innovation Experts 9altitudes. Dado que el nuevo paradigma empresarial versa sobre el dato, el objetivo real de las empresas debe ser conseguir un método para operar con él desde todas las áreas.

Según la directora de Horse, “se deben estandarizar los sistemas de información como se estandariza el mundo de las operaciones, pues si todos gestionan el dato igual es más rápido hacer un despliegue operativo”. No obstante, dependiendo de la industria, es más o

menos crítico poseer la información de manera instantánea. “No es lo mismo un segundo para una industria como la farmacéutica o alimenticia que un segundo para una máquina de despliegado, que permite más latencia”, expone Sánchez. “Esta convivencia en la industria con procesos con timing distintos añade más complejidad a los sistemas productivos, lo que revaloriza la posesión de infraestructuras apropiadas y trabajo conjunto”.

Sostenibilidad

La sostenibilidad, ¿un argumento de comunicación o una apuesta por la eficiencia? Existe una creencia de que la tecnología y la sostenibilidad son los antagonistas de una historia que, en realidad, está mal contada. La tecnología tiene potencial para hacer del mundo un lugar más sostenible, pero, además, ofrece oportunidades de negocio que todavía están por explotadas. Por tanto, no es un argumento de comunicación, sino una generadora imparable de eficiencia en las fábricas.

Según Sanz-Rico, “todas las empresas cuentan con una torre de control que monitoriza su consumo energético”, pues, de este modo, es más fácil economizar los procesos en pos de la eficiencia y la productividad. Sánchez matiza la perspectiva: “La sostenibilidad debe concebirse como una forma para generar negocio que potencia un mercado todavía inexplorado: el soporte durante la vida en servicio”.



Carlos Tejedor, presidente ejecutivo del Grupo Tejedor Lázaro, durante su conversación con Pablo Oliete en el Collaborate Santander.

CARLA MANSANET

“LOS DIRECTIVOS DEBEN EMITIR FELICIDAD”

El Collaborate Santander expone cómo el alma de una empresa reside en el esfuerzo de sus trabajadores, quienes impregnan la tecnología con su esencia, y esta conexión humana es la que verdaderamente genera competitividad en un entorno empresarial globalizado.

La transformación digital ha penetrado en todas las organizaciones, lo que ha dificultado que se diferencien en un mercado donde la tecnología, que antes era una ventaja competitiva, se ha convertido en un elemento más perdido en el océano homogéneo de la industria.

En su ponencia junto a Pablo Oliete, socio fundador y CEO de Atlas Tecnológico, Carlos Tejedor Lázaro, presidente ejecutivo de Grupo Tejedor Lázaro, explica que “a igualdad de tecnología en un modelo de negocio, el más competitivo es quien mejor gestiona el talento de las personas de la compañía”.

Tejedor, desde luego, hace justicia al título de la conversación: “Organizaciones efectivas, las personas en el centro”. Es por ello por lo que el objetivo de cualquier empresa debe ser atraer a los talentos y, en vez de instar por su retención, estimular su captación: “Una empresa debe ser sexy y eso no solamente se consigue con grandes sueldos”.

Con más de 70 años de experiencia y presencia en más de 75 países, el Grupo Tejedor Lázaro se dedica a la nutrición, alimentación, bienestar y salud de los animales acuícolas, así como el desarrollo de actividades de ingeniería boutique relacionadas con ello. Su perspectiva de la competitividad empresarial excede de los límites industriales españoles, pues Tejedor considera que “las organizaciones deben ser competitivas en relación con el mundo y tener un enfoque geoestratégico”.

Puesto que, al fijarse en los mejores, el éxito en un territorio cercado es de alcance más fácil. En este marco, las personas emisoras de esas tecnologías

EL PRESIDENTE EJECUTIVO DEL GRUPO TEJEDOR LÁZARO CREE QUE, A IGUALDAD DE TECNOLOGÍA, ES MÁS COMPETITIVO EL QUE GESTIONA MEJOR EL TALENTO DE LAS PERSONAS EL LA COMPAÑÍA

se han convertido en la nueva ventaja competitiva, por ello, es crucial que los directivos aprendan a impulsar su crecimiento personal: “Los directivos deben emitir en sus organizaciones felicidad”.

En el Grupo Tejedor Lázaro tienen un plan especializado en el coaching individual, de equipos y basado en la mentorización del trabajo: “El objetivo del Plan Alborada Personas es generar niveles de satisfacción y de búsqueda del crecimiento personal altos, porque cuando se desarrolla una persona, también lo hace la tecnología que emite”.

Visión humanista

El fundamento es que las personas se sientan atraídas por aquello que representa la empresa, que, por lo que explica el director de la compañía, “significa que el talento no se debe retener, sino que al sentirse a gusto no querrá marcharse y se quedará”.

“Para ser una empresa sexy, se deben tener unos propósitos, misiones y valores robustos”, indica desde una visión muy humanista. Una forma de verificar que los valores del Grupo Tejedor Lázaro casan con su actuación es su compromiso con la España despoblada: “Todas nuestras plantas se distribuyen por estas zonas del país y se debe a

nuestra lealtad al origen, uno de nuestros valores fundamentales”. Según expone, “las empresas deben tener alma”, y la fidelidad hacia sus valores es la forma más humana de mostrarlo.

“La tecnología es una gran ayuda para generar competitividad, porque cada trabajador ha puesto en su desarrollo un pedacito de su alma”, afirma Carlos Tejedor. Por tanto, si son las personas las que marcan la diferencia en el posicionamiento, y a través de sus tecnologías ponen parte de su alma en la empresa, es el alma de la misma la que genera competitividad, una perspectiva de alto valor.

Este hecho pone en relieve la relevancia de conocer a fondo las personas de la compañía, tanto sus hard skills como sus soft skills, porque de esta forma será más fácil identificar de qué forma extraer su máximo potencial.

“Una empresa debe ser capaz de ofrecer trajes a medida a las personas que reclutan y, a través de la mentorización de su trabajo, entrenar sus soft skills y hacer que esas personas evolucionen”. De esta forma, según explica finalmente Carlos Tejedor, “en el Grupo Tejedor Lázaro no fabricamos, sino que cocinamos, porque disponemos de cocineros artistas en procesos, no técnicos que hacen procesos”. Una sabrosa forma de cerrar el Collaborate.

EL ECOSISTEMA, EN PERSONA



IDEASISTEMA

“Lo que más vale en un club es la cantera, tomamos datos de los jugadores, trackeamos su vida para saber en qué punto se encuentran, eso es algo que no existe, las iniciativas tecnológicas de los equipos no pasan de arriba hacia abajo”, **Sebastián Ceria, Fundación Racing de Santander**



“Europa se concibe como un mercado atractivo, con talento y buenas infraestructuras, pero también tiene un crecimiento limitado en comparación con la inversión en otros países que proporcionan rendimientos mucho más rápidos. Con dificultades para la inversión, no existe la innovación, por lo que necesitamos una política industrial nacional y mayor estabilidad”, **José Manuel Sánchez Pedregal, MSA.**

“La filosofía es la disciplina más importante, porque nos enseña a pensar con claridad y a descomponer mensajes complejos para entender sus verdaderas intenciones, hay que por enseñar a pensar críticamente, tanto como enseñar a calcular”, **Natacha Kucic, First Draft**





El presidente de Foment del Treball, Josep Sánchez-Llibre, invita al próximo Collaborate.

“NOS VEMOS EN BARCELONA”, EL PRESIDENTE DE FOMENT INVITA AL COLLABORATE

JOSEP SÁNCHEZ LLIBRE SORPRENDE A LOS ASISTENTES DE SANTANDER CON UN VÍDEO LLAMANDO A PARTICIPAR EN LA EDICIÓN QUE SE CELEBRARÁ EN MARZO EN SU CIUDAD

E. A.

La primera jornada del Collaborate Link the Dots Santander 2024 se cerró con una intervención sorpresa. El presidente de la patronal catalana Foment del Treball, Josep Sánchez Llibre, apareció en la pantalla principal del paraninfo de las Caballerizas Reales para invitar a los asistentes, a través de un vídeo, que acudan a la próxima edición del evento emblema de Atlas Tecnológico, que tendrá lugar en marzo en Barcelona, con el elocuente título de “Productivity2”.

Sánchez Llibre emuló de ese modo a la alcaldesa de Santander, Gema Igual, que se asomó también al Collaborate de Zaragoza para convocar a la edición que se ha celebrado finalmente, con enorme éxito, en su ciudad. Según el presidente de Foment del Treball, este encuentro se ha convertido en un referente “para la creación de sinergias entre la industria y la tecnología”, una prioridad estratégica para su organización.

En ese sentido, representa “honor y gran oportunidad” contribuir a la celebración de este evento, en colaboración con Fundació per la Indústria, añadió. Sánchez Llibre enfatizó que en los últimos años, las tecnologías digitales avanzadas se han ido acercando a la industria, así como a las pequeñas y medianas empresas, con el objetivo de hacerlas más eficientes y competitivas. De ahí, el acierto en la elección del título del

Collaborate Barcelona, que subrayó en el vídeo: “Productivity2”. En la cita catalana habrá “grandes ponentes y numerosas oportunidades para crear conexiones valiosas y fomentar la colaboración entre distintos sectores”, por lo que insistió: “No pierdas la oportunidad de participar y ser parte de este vibrante y dinámico ecosistema que es Barcelona”.

Sánchez Llibre animó a los asistentes al evento de Santander a conocer el dinámico “hub” tecnológico de Barcelona, “que se encuentra en los primeros lugares de los rankings internacionales en creación de startups, captación de inversión y acogida de congresos”. Recordó que la ciudad “cuenta con grandes infraestructuras, como el Barcelona Supercomputing Center, y se enorgullece de ser una gran sociedad del conocimiento, abierta y positiva”.

Destacó, asimismo, el ecosistema de Barcelona, “rico en industria, conocimiento, talento y tecnología”. Este entorno, junto con la oferta y demanda del mundo tecnológico, ofrece un potencial enorme para aprender y hacer negocios”. Instó a los asistentes a mantener la ilusión para “encontrarnos en marzo en Barcelona, la gran capital de Cataluña”. Marca en tu calendario marzo de 2025 y prepárate para descubrir el potencial del ecosistema de la industria y los servicios tecnológicos. ¡Nos vemos en Barcelona!

ALGORITMIA Y VIOLÍN

El gráfico que lo dice todo, UK, please come back!



EUGENIO MALLO

El gráfico del US Census Bureau parece más propio de un Estado en vías de desarrollo, pero no, se trata de los mismísimos Estados Unidos de América, ese

país que, a tenor de las noticias en España, es un triturador desalmado de colectivos desfavorecidos, pero al que todo el talento global quiere ir a trabajar y que multiplica por seis nuestro PIB per capita. Las empresas invirtieron un récord de 19.700 millones de dólares en junio en la construcción de instalaciones industriales, un 18,6% más que los niveles ya crecientes de junio de 2023, casi el doble que en junio de 2022 y el triple que en junio de 2019.

Y ojo, se trata sólo de los costes reales de construcción de las instalaciones, no de los costes de los equipos de fabricación y de la instalación, que disparan considerablemente esos niveles de inversión. Las cantidades totales invertidas en plantas de fabricación en EEUU son, incluidos los equipos y la instalación, mucho mayores. En pleno debate sobre qué debemos hacer para reindustrializar Europa, esto es demoleador.

Converso en la sede de Grifols en Sant Cugat del Vallés, donde participo con un reporte sobre los desafíos en inteligencia artificial y salud en representación de Atlas Tecnológico, con una directiva italiana de una multinacional alemana que lleva 12 años haciendo pasillos en Bruselas. La situación actual es de absoluto desconcierto en el entorno de la Comisión Europea. Falta liderazgo y, significativamente, se ausentan voces relevantes, como las de Italia y, muy en particular, España, que ni está ni se la espera en los grandes debates.

Demasiado preocupados por los insustanciales, ridículos, hasta diría que patéticos de solemnidad, asuntos domésticos, creciente y absurdamente polarizados, nadie presta atención a esa diplomacia estratégica de la que tantas cosas importantes dependen. Fondos, fondos, de eso parece ir todo, y no es verdad. ¿A qué destinamos los chips Hopper de NVIDIA que conseguimos arañar en la competencia global? ¿A crear IA que hable en gallego, con todo el respeto por esa hermosa lengua? Natural que el malestar se extienda por cada vez más capas del tejido productivo.

Alemania noqueada, Francia tratando de salvar los muebles, Irlanda voluntariosa, pero demasiado pequeña, el Este en pánico por el oso ruso... se echa de menos a esos británicos que solían tener la habilidad de poner a todo el mundo a trabajar y a tejer acuerdos. ¡Aunque sólo fuera para unirse todos contra ellos! Imposible revertir el Brexit a corto plazo, me dice la lobista, ningún político en Londres está dispuesto a dar la cara con esa idea ante la opinión pública. Pero Reino Unido cada vez actúa más bajo el radar, se está mojando, no le interesa que todo se vaya al garete. *Please, come back!*