

Fecha: 26-6-14

Sección: Agenda

Pág.: 57

La Reina Sofía recibe el Premio Excelente de España por su labor humanitaria

En el marco del VIII Congreso Internacional de Excelencia «Madrid Excelente», la Reina Sofía ha recibido de manos de la presidenta de la Comunidad de Madrid, Cristina Cifuentes, el Premio Excelente de España por su labor humanitaria. Doña Sofía agradeció la distinción, aunque aseguró –«es demasiado», dijo– que no se lo merece.

En la clausura del Congreso, Cifuentes afirmó que la labor humanitaria de Doña Sofía en múltiples causas sociales, educativas y sanitarias «ha estado siempre presidida por la mayor sensibilidad y profesionalidad».

Cifuentes también subrayó que el resto de los galardonados –José Manuel Durao Barroso, Rafael Matesanz, Luis Maroto y Rapelang Rabana– son un «ejemplo de rigor y de dedicación», que ha servido para hacer progresar a la sociedad.

El objetivo de este congreso, según la jefa del Ejecutivo autonómico, es ayudar a las empresas en la transformación digital para que sean más competitivas a nivel nacional e internacional.



La Reina Sofía recibe el Premio Excelente de España por su labor humanitaria de manos de la presidenta de la Comunidad de Madrid, Cristina Cifuentes



El reto digital será protagonista del VIII Congreso Internacional de Excelencia, que tendrá lugar el 25 de abril

que las grandes compañías expongan sus experiencias a pequeñas y medianas empresas a fin de que no queden descolgadas de la cuarta revolución industrial. «Vosotros -dijo Engracia Hidalgo a los directivos presentes- formáis parte del 5% de las empresas de este país, pero hay un 95% que tienen menos de diez trabajadores». Así que «tenemos que conseguir que todas sean capaces de sumarse al carro de las nuevas tecnologías». En España, el 5,7% del PIB ya está relacionado con la economía digital, pero en 2020 puede llegar a representar el 19,5%, e incluso el 22% «si lo hacemos de forma eficiente», explicó. Urge la preparación, «de todos», incluidos de quienes integran las listas de paro, donde hay mucha gente joven que no tiene la formación que los mercados están necesitando. «Debemos ser capaces, desde la formación para el empleo, de darles las competencias necesarias para que se puedan insertar en el mundo laboral». Una formación que debe ser permanente. «Podéis invertir millones y millones de euros -dijo en relación a las campañas de las entidades financieras-, pero si un cliente entra en una oficina y ve a un empleado al que le cuesta trabajo utilizar el ordenador, que lo abre con miedo... todo el trabajo de imagen de años se cae».

Usuarios exigentes

Manuel Iturbe, director territorial de Madrid de Banco Santander, acreditó con datos que la entidad está basando su estrategia en la expansión digital: Cada minuto, se abre una cuenta 1/2/3 por canales digitales y, a nivel mundial, se realizan 1.300 millones de transacciones a la semana. Además, recibe más de cien millones de visitas al mes en sus más de 300 páginas web. «En España tenemos más de dos millones de clientes particulares digitales. Solamente en cinco meses hemos duplicado el número de clientes de empresas que utilizan los canales digitales». Y para acelerar la adaptación, Santander aborda un conjunto de iniciativas internas, con nuevas apps que facilitan la realización de tareas, o la simplificación de los procesos de contratación en oficinas o restos de canales.

Según Blanca Montero, directora territorial centro del Banco Sabadell, está mudando el perfil de los clientes, «cada vez más formados y más exigentes». Actúan también de forma más autónoma. «El 84% de la operativa la hacemos fuera de las oficinas. Tenemos más de dos millones de clientes digitales, el 40% del total». El 33% de los millennials piensan que en cinco años no van a necesitar un banco. «Esto nos obliga a anticiparnos. Las entidades bancarias debemos aprovechar la tecnología para el mayor conocimiento de las necesida-

Engracia Hidalgo Consejera de Economía de la Comunidad de Madrid

«España tiene gran talento y creatividad, pero habrá que poner soluciones a las debilidades, que también hay»



Alejandra Polacci Directora general de Madrid Excelente

«La transformación digital va a revolucionar y va a ser una de las grandes palancas del crecimiento económico»



Juan José Hidalgo Presidente de Air Europa

«La aviación va a ser otro mundo con los cambios. En Air Europa seguiremos apoyando la excelencia»



Manuel Ausaverri Director general de Estrategia de Indra

«Tenemos ambición. Las empresas españolas no somos inferiores a las que compiten con nosotros a nivel global»



Manuel Iturbe Director territorial de Madrid de Banco Santander

«Estamos volcados en la tecnología, que está al servicio de las personas, no al revés»



Juan Miguel Gandarias Director territorial de Madrid de Caixabank

«La proactividad y la proximidad al cliente van a ser clave del éxito en el banco digital»



Blanca Montero Directora territorial Centro de Banco Sabadell

«Antes los competidores queríamos ocupar el mayor espacio de oficinas. Ahora hay un nuevo territorio digital»



Jorge Ramírez Director general de Finanzas de Roche Farma

«No podemos ser ajenos a los cambios que la economía digital está produciendo, también en el sector sanitario»



des de nuestros clientes». Banco Sabadell también ha puesto el foco en la preparación de los trabajadores para que puedan atender a los clientes que demandan unos nuevos canales de relación con el banco. Todo esto va a tener gran impacto en el modelo de distribución de oficinas. «Serán necesarios menos puntos de venta, pero con una mayor especialización», explicó.

Para Juan Miguel Gandarias, director territorial de Madrid de Caixabank, es preciso «adaptar nuestros modelos de negocio a los nuevos hábitos de consumo. Somos un banco digital». El objetivo es estar mucho más cerca de los clientes teniendo mayor conocimiento de sus necesidades. La entidad dispone de «una especie» de Facebook para relacionarse con los usuarios de manera segura y donde se pueden enviar órdenes y ejecutar operaciones. La entidad acaba de lanzar ImaginBank, «un banco cien por cien móvil, de última tecnología».

Manuel Ausaverri, director general de Estrategia de Indra, subrayó que en muchos sectores, el consumidor ya es prácticamente digital. «Pero otros no están aún enganchados y no pueden permitirse vivir al margen. Hasta las empresas industriales van a tener que asumir esta transformación», aseguró. En su opinión, los gobiernos pueden ayudar, pero hay otros factores, como la educación, o «la visión y la ambición de las empresas». «La evolución de la tecnología siempre se produce a través de saltos y quienes mejor se adaptan son los que crecen y se multiplican; y los que no son capaces, se extinguen». Se mostró optimista, porque en España «nunca ha faltado capacidad de innovación ni creatividad. El talento lo tenemos, y la ambición, también». Importante, porque la transformación digital «significa empleo de alta calidad y remuneración».

Medicina y big data

Jorge Ramírez, director general de Finanzas de Roche Farma, explicó que «la economía digital es pilar en nuestra innovación, ya que nuestro objetivo es buscar fármacos y herramientas de diagnóstico que puedan cambiar la vida de los pacientes». «Gracias a nuestra estrategia de innovación, hemos conseguido obtener medicamentos para cambiar la medicina convencional. En concreto, ahora mismo estamos hablando de medicina personalizada o de precisión, como un componente muy importante, gracias a los nuevos fármacos que hemos lanzado ya, y a las tecnologías de vanguardia de diagnóstico». Y en esta apuesta, Roche ha adquirido recientemente una compañía a nivel mundial, Foundation Medicine, especializada en el análisis del dato. «Queremos garantizar el acceso a los fármacos de todos los pacientes». Por ello, «estamos trabajando con la Comunidad de Madrid en la búsqueda de soluciones informáticas que ayuden a conocer mejor los resultados clínicos».

El reto digital está sobre la mesa, y las grandes empresas parecen decididas a avanzar en un camino por el que no hay marcha atrás.