

“Muchas empresas todavía siguen esperando a ver los pasos de sus vecinos antes de invertir en digitalización”



FRANCISCO CANTÓN

Director asociado de Stratesys

— ¿Cuál es la carta de presentación de Stratesys? ¿Qué tipo de soluciones implanta y qué servicios ofrece?

— Stratesys se define como una multinacional española de servicios digitales. Especialista en la implantación de tecnologías de fabricantes como SAP, OpenText, Salesforce o Microsoft. Comenzamos nuestra actividad a finales de 1997 y durante estos años más de 500 compañías de todos los sectores han confiado en

nuestros servicios: desde grandes corporaciones del IBEX-35 hasta empresas del segmento *midmarket*. Tenemos un equipo formado por más de 1.000 expertos que opera a través de la red de oficinas y centros ‘global shore’ en Europa y América.

SAP, nuestro principal socio tecnológico, avala nuestro liderazgo en el mercado certificándonos como ‘Recognized Expertise Partner’ en la mayoría de sus soluciones de soft-

ware de gestión. Stratesys es la empresa más laureada por SAP en sus premios de calidad, con más de 17 galardones en la última década.

En línea con las novedades y las necesidades de mercado, hemos fortalecido nuestro portfolio con el desarrollo de nuevas aplicaciones y realidades basadas en diversas tecnologías digitales como Blockchain, Big Data, Robotics, Data Scientist, Realidad Virtual, Realidad Aumentada, comercio electrónico, etc.

— ¿Y su valor diferencial frente a otras empresas del sector?

— El conocimiento, la innovación, la especialización y, sobre todo, la calidad. Obsesionados con la calidad y con altas dosis de compromiso con nuestros clientes, intentamos ayudar a definir, implementar y evolucionar estrategias tecnológicas y digitales.

La especialización sectorial añade un factor que nos permite dirigirnos a nuestros clientes con una oferta específica y adaptada a las peculiaridades de cada industria.

— ¿Qué delegaciones y empleados tiene la compañía en Andalucía?

— Estamos presentes desde 2008 con una oficina en Sevilla que suma más de 40 profesionales. Desde aquí se han desarrollado proyectos tecnológicos de transformación e implantación de soluciones IT para compañías locales, nacionales y multinacionales.

Desde hace unos meses se ha reforzado la presencia en la zona. Hemos formado un buen equipo, con profesionales con trayectoria dilatada y experiencia reconocida que transmiten confianza y compromiso. Creemos que es la base para que los clientes ganen la seguridad necesaria para seguir dando pasos en su digitalización con soluciones en las que podemos ofrecer conocimiento y pericia.

— **¿Qué retornos tiene para la empresa la inversión en este tipo de soluciones?**

— Los retornos son abundantes tanto en eficiencia como en diferenciación en el mercado. Mejoras en la percepción de los servicios y productos por parte del cliente, aceleración de procesos y grandes economías.

No nos gusta ser dramáticos en el mensaje, pero es evidente que, sin economías que hoy están al alcance de cualquier empresa en el mercado, será difícil competir.

— **¿Cuál es el perfil de empresas andaluzas que están apostando por la transformación digital de la mano de Stratesys?**

— El segmento *midmarket*, mayoritario en la región, es muy variado. Hasta ahora, el retrato robot de nuestros clientes se identificaba con las mayores empresas de nuestra re-

gión. Pero estamos trabajando para extender nuestra oferta a un segmento mucho más amplio.

Nuestro reto es ser capaces de generar la confianza necesaria en una oferta de tecnologías que ya han sido implantadas y probadas con éxito en grandes compañías.

— **¿Cuál es la disposición de la empresa andaluza ante el reto de la transformación digital? ¿Cuál ha sido su evolución en los últimos años?**

— En contra de lo que pudiera pensarse, en Andalucía hay muchas empresas innovadoras y mucho interés en tecnologías que permitan innovar para diferenciarse o para ser más eficientes. Creo que los andaluces nos castigamos mucho en este sentido. No falta talento y disposición. Creemos que ofrecer confianza y calidad por encima de la cantidad y el volumen será diferencial.

Siempre podría ser mejor, sí, pero la disposición es alta. En los últimos años, a estas empresas innovadoras se han sumado otras muchas a las que el mercado está obligando a interesarse. La competencia aprieta. Estamos en un mundo cada vez más pequeño y no solo por los que vienen, sino porque las empresas andaluzas compiten en el mundo. Las empresas siempre compiten con tecnología, no sólo TIC, pero éstas hoy están en el núcleo de casi todos los avances.

— **¿La pandemia ha provocado un mayor interés por implantar soluciones y contratar servicios?**

— Interés y necesidad. En cualquier caso, ha acelerado la adopción y despliegue de tecnologías. Durante la etapa de confinamiento y pandemia hemos enriquecido el portfolio con un conjunto de soluciones diseñadas para afrontar estos meses

Hoy las pequeñas empresas pueden acceder a tecnologías muy sofisticadas a costes muy aquilatados

en las mejores condiciones: gestión de deuda comercial, e-Commerce (Up-Commerce), gestión de puestos y espacios de trabajo (Bookker), análisis de sentimiento en teletrabajo (NPS), soluciones de gestión documental y firma electrónica, etc..

Lo primero ha sido asegurar las operaciones. En el transcurso se han encontrado posibilidades de mejora que el momento permite aplicar y obtener retornos rápidos y claros. La necesidad aprieta y la excepcionalidad del momento ha permitido desplegar proyectos que, en otros momentos, hubieran provocado importantes fricciones.

— **¿El reducido tamaño de la empresa andaluza es un lastre para la digitalización?**

— Si bien es cierto que en términos del tamaño de la inversión puede entenderse así, en cuanto a la actividad y a la implementación de la digitalización a veces es más rápido y sencillo cuando se habla de unidades de menor tamaño. Hay pequeñas empresas muy innovadoras y entidades de mayor tamaño donde cuesta mucho lanzar nuevos proyectos y que fructifiquen. Y esto más por cuestiones internas que por capacidad de inversión.

El acceso a la innovación en materia de digitalización se ha democratizado enormemente gracias a la computación en la nube, las infraestructuras de comunicaciones y la deslocalización de recursos entre otros factores. Hoy las pequeñas empresas pueden acceder a tecnologías muy sofisticadas a costes muy aquilatados.

El mayor lastre está en la falta de confianza del empresario y en la necesidad de proveedores de servicios que sean capaces de transmitirla. Queremos estar en este punto, gene-



Francisco Díez, Luis Puebla, Francisco Cantón y Sergio Villarrubia integran el equipo directivo de Stratesys en Andalucía.

rando esa confianza para que nadie se quede atrás por no atreverse a dar el paso.

— **¿Los niveles de digitalización son aquí muy dispares respecto a los del resto de España y Europa?**

— Al hilo de la respuesta anterior diría que, dependiendo de los sectores, no estamos demasiado alejados de países de nuestro entorno. Hay empresas que están en punta de lanza desarrollando sus negocios en base a continuas innovaciones apoyadas en tecnologías digitales. En Andalucía hay más que notables ejemplos en casi todas sus provincias.

En sentido contrario a esta afirmación, existe todavía un amplio espectro del tejido empresarial que sigue esperando a ver los pasos de sus vecinos antes de invertir. Creo que el escenario actual puede corregir esta situación porque, en estas circunstancias, sea por la vía de la necesaria eficiencia para poder seguir compitiendo o por la necesidad de diferenciarse hay que subir el nivel de digitalización. En muy poco tiempo estamos observando grandes cambios y muchos de ellos se van a quedar entre nosotros.

— **¿Cuáles son las tendencias del sector a corto-medio plazo?**

— Las perspectivas son optimistas. La digitalización es una necesidad que debe traer la tan nombrada transformación y, con ella, más digitalización. Las empresas siempre han competido con tecnología y las de la información y las comunicaciones afectan transversalmente. Son necesarias.

Tecnologías como la robotización de procesos, los asistentes de conversación o la inteligencia artificial aplicadas a la automatización de procesos del día a día, complementando aplicaciones conocidas como el ERP, el CRM tanto en ventas como en el servicio al cliente, la automatización del marketing, el comercio unificado, etc... afectarán a todos los sectores e implementarlas será una necesidad para poder seguir en el mercado siendo atractivos para el cliente.

Las nuevas generaciones de empresarios y directivos ya no necesitan comprender que la digitalización es necesaria. Vienen con ella incorporada. Esto terminará de allanar el camino. ■