

cabe pues, buscar las causas en la crisis del coronavirus.

Aunque posiblemente es una posición posibilista, noto en el gobierno dos sesgos, a veces divergentes con las declaraciones e intenciones. El primero seguir el criterio de la máquina de ten económica. Gran parte de las ayudas que se reciben de fuentes orientadas a la modernización se encaminan a las grandes corporaciones. No parece un mal criterio, excepto que la proporción dedicada a PyMEs no parece la misma que las aportaciones respectivas en términos de valor añadido. Bien es cierto que uno de los factores esenciales es la mejora en las infraestructuras, pero en muchos casos, la inversión en I+D+, con énfasis en la innovación es llevada por empresas de pequeño y mediano tamaño empujadas por la competencia y la necesidad, tomando ventaja de la flexibilidad que da el tamaño. Pero frecuentemente necesitan más ayuda de la que se obtiene del Gobierno.

Aunque no podemos cambiar el rumbo sutilmente, hay sectores de baja productividad intrínseca, en general, servicios, cuyas economías de escala son bajas, aunque hoy esenciales por su peso en las variables vitales de la economía. Creo que requieren una transformación importante. Por otro lado, el crecimiento debería ir hacia sectores como tecnología, manufactura y agroalimentaria, de cuya modernización depende la competitividad frente a la creciente fábrica mundial que está configurando China. Nuestra posición en temas como la digitalización y la Inteligencia Artificial, reforzando las capacidades de IoT, robótica y generalización de criterios de optimización, pues han de jugar un papel importante en el aumento de productividad y despegue de sectores que se conformen como nuevos puntales de nuestra economía nacional. No deberíamos conformarnos con ser resilientes y volver al modelo pre-pandemia.

Otro eje fundamental que el Gobierno debería mejorar para ganar competitividad en mercados exteriores es la ayuda al acto de la exportación en sí. Aunque el potencial de las PyMEs en esta actividad es importante, posicionarse a nivel internacional es una actividad de fuertes economías de escala. Mejorar servicios y otras ayudas en este sentido, creo que es uno de los factores que obtendrían un sustancioso retorno.



Claudia Jiménez, CEO y Directora General de Algenx

La crisis de la COVID-19 ha puesto de manifiesto una vez más la carencia que tenemos en España en materia de tecnología biofarmacéutica. Anteriores situaciones de emergencia sanitaria —como las vividas en 2002 con el SARS y en 2009 con el MERS— habían evidenciado esta carencia particularmente en el ámbito de la fabricación de vacunas. En ambas ocasiones se idearon planes para construir una fábrica de vacunas que pudiera abastecer a la población española tan-

to en situaciones excepcionales como para hacer frente a virus recurrentes como es de la gripe estacional, pero nunca llegaron a concretarse por falta de financiación.

España es un país que goza de una calidad científica excelente. De este semillero han salido grandes científicos, tecnologías punteras y productos pioneros. Desafortunadamente, carecemos de un plan de financiación que permita que esta innovación se quede en el país, posicionando la biotecnología como uno de los pilares de la industria española. Muchos de nuestros reconocidos científicos investigan desde centros basados fuera de nuestras fronteras, y muchas de las innovaciones originadas por investigadores españoles acaban siendo comercializadas por empresas extranjeras.

Los fondos de recuperación de la Unión Europea suponen una enorme oportunidad para revertir esta situación y asegurar la competitividad del sector biofarmacéutico español en el ámbito internacional. Para ello es indispensable garantizar una distribución eficiente de los recursos basada en un análisis riguroso de las capacidades de las cuales carecemos y de las tecnologías propias que se pueden desarrollar internamente y que nos pueden poner a la vanguardia del sector. Además, se debe priorizar a aquellas que permitan crear empleo de calidad e infraestructuras sostenibles a largo plazo, como es el caso de la fabricación de vacunas.

En este campo, en España contamos con una ciencia excelente y la capacidad de formulado y ensgado (fill & finish), pero sigue haciendo falta inversión en tecnologías que garanticen una producción eficiente a gran escala y que nos permitan captar una mayor parte de la cadena de valor de este segmento. En este escenario, es necesario un plan nacional de inversión que nos capacite para el autoabastecimiento de vacunas y nos sitúe en un plano de competitividad para su distribución internacional.



Ofelia Alfonso, Vicepresidenta de Estrategia y Transformación Digital de Equifax para Iberia

Para promover la competitividad exterior, las empresas deben hacer una apuesta clara por la tecnología y la innovación.

El impulso hacia la transformación digital de las empresas tiene su origen en la búsqueda de una mayor eficiencia que les permita ser más adaptables, más rápidas y hacer un mejor uso de sus recursos. En este sentido, tendencias como la automatización de procesos facilitan el crecimiento y permiten poder operar a mayor escala, aunque requieren que todo el proceso esté digitalizado.

Estamos viendo cómo crece el número de empresas y organismos con estas capacidades y, desde Equifax, estamos haciendo todo lo posible por aportar nuestra tecnología y nuestra experiencia para mejorar la digitalización de todo

de procesos, en especial, los relacionados con las decisiones de crédito responsable.

En este campo ofrecemos un amplio portafolio de soluciones que se pueden integrar en los flujos automatizados de nuestros clientes para llegar a esa meta de trayectos 100% digitales, con baja fricción y decisiones basadas en la mejor y más actualizada información.

Desde Equifax, consideramos que es un gran momento para realizar esta apuesta y las empresas deberían aprovecharlo. La llegada de los fondos europeos es más que un plan de recuperación, es una gran oportunidad para digitalizar en profundidad el tejido empresarial español. Motivo por el cual es de vital importancia facilitar el acceso de estas ayudas a las empresas.



Fernando Pavón Pérez, CEO de GAMCO

Cuando pensamos en el mercado exterior, algunas veces se olvida el interior. En mi sector del desarrollo de soluciones basadas en la inteligencia artificial, los productos se suelen probar, probar y ajustar al mercado que tenemos más accesible: el nacional. Y a partir de ahí se pueden desplegar fácilmente estas soluciones software en otros mercados. Una primera conclusión podría ser esta: hay que cuidar las condiciones de competitividad en el mercado local, si queremos que haya una "sobreafluencia" que nos permita desbordar los límites locales para dar el salto a otros mercados.

Segundo punto que también puede ser paradójico: atraer talento, que quieran venir a España buenos profesionales y empresas tecnológicas. Aprovechemos el atractivo que este país tiene para muchas personas y, especialmente, jóvenes bien formados. En el área de la inteligencia artificial, ya está bien de comprar desarrollos de empresas extranjeras y aquí solo ser capaces de aportar horas de consultoría e integración. Crear grupos de trabajo con diferentes perfiles y nacionalidades será una ayuda magnífica para comprender otras culturas, adaptar el software y tener interlocutores "nativos" que faciliten la comunicación y el desarrollo de proyectos en otros países.

Se dice que el dinero es muy miedoso y huye muy rápido de un lugar a otro. La tecnología es igual: crear una empresa y trabajar con cualquier persona fuera de España en desarrollos software es casi inmediato. En definitiva, generemos un entorno atractivo y competitivo en este país que atraiga talento y construya bases robustas para desarrollar negocios más allá de nuestras fronteras.

Ignacio Villalgorido, Director General de NetApp España

Desde NetApp, estamos ayudando a la transformación digital de la Administración Pública y de las grandes compañías de nuestro país, algo que hemos visto que ha sido crítico y necesario en la situación de la crisis pandémica que llevamos viviendo desde hace dos años.



Debemos apoyar al gobierno para ayudarle a permear desde estas actividades tecnológicas a las empresas más pequeñas, como son las PYMEs y a sectores tan necesarios como los que han sido más afectados y crear herramientas tecnológicas ad-hoc para dar respuesta a sus necesidades críticas.

Por esta razón, en NetApp, desde nuestra capacidad de gestión integral de los datos de los clientes, creemos que los esfuerzos deben enfocarse en aumentar la actuación en sectores tecnológicos, haciendo que las empresas sean cada vez más competitivas, lo que repercute en el aumento del porcentaje de inversión de I+D. Es importante que en España nos pongamos al nivel de inversión en I+D de la Unión Europea, algo que hemos visto que es necesario y ha quedado demostrado durante la pandemia. La tecnología ha permitido que la mayoría de los negocios de este país continúen funcionando.

Y sin olvidarnos de que debemos aprovechar la gran oportunidad que tenemos con los fondos europeos que nos han asignado, ya que una de las líneas estratégicas es la digitalización de las empresas, a la cual se va a destinar un 33% del total y como se ha puesto de manifiesto, la transformación digital de nuestras compañías es una necesidad para su supervivencia.

También es importante saber aprovechar la economía de escala que beneficia tanto a grandes como medianas empresas de tecnología que están en expansión, permitiéndoles desarrollar procesos de innovación tecnológica que no serían capaces de llevar a cabo por sí solas. Potenciar la coordinación y relaciones con las empresas españolas en el exterior. Así como mejorar el entorno regulatorio económico de las empresas que ayuden a facilitar activamente las exportaciones.



Luis Santamaría, Director de Desarrollo de Negocio de Omnitel

Cada historia de éxito es un cuento constante de adaptación, revisión y cambio. Y la afirmación de Richard Branson tiene aún hoy más valor en un mundo digital globalizado en el que el cambio, y el valor, por innovar y hacer más cosas de forma diferente son críticos para mejorar la productividad y ser competitivos en los mercados exteriores.

Nuestros más de veinte años de experiencia como especialistas en marketing, eventos, formación o el outsourcing son precisamente un ejemplo de aprendizaje, revisión y

cambio, en los que hemos incorporado los beneficios de la tecnología a nuestros procesos para ser capaces de ofrecer servicios de valor añadido a clientes en Europa y África.

Y en esa línea deberían encaminarse las prioridades del Gobierno. Ayudar a la transformación digital de las empresas españolas, ayudarlas a meterse en la venta social, a promocionarse mediante eventos híbridos, aprovechar los promotores virtuales para seguir atendiendo a los consumidores o impulsar las herramientas de inteligencia de negocio que nos ayuden a identificar nuevos mercados y sectores a los que llegar.

Maslow decía que siempre tienes la opción de ir atrás a la zona de seguridad o avanzar hacia el crecimiento. Pero para ello es necesario aterrizar las grandes cifras de ayudas y canalizarlas de forma eficiente para que desde empresas como Omnitel, más cercanas a las necesidades de las compañías, podamos apoyarlas en esa formación y transformación digital para ayudarlas a ser más competitivas.



Carmen Vidal, Cofundadora y CEO de Paradigma Digital

No hay duda de que las estrategias empresariales de toda compañía que quiera ser competitiva deben pasar por un proceso de digitalización para tener un papel destacado en un mundo cada vez más globalizado.

Necesitamos una cultura digital, de innovación y tecnológica en las empresas españolas y en la administración para que España se convierta en un país competitivo que incorpore la innovación en sus procesos productivos y en sus modelos de negocio, y que apueste de verdad por la IA, por el tratamiento de datos en tiempo real, por el Internet de las cosas o la computación cuántica.

La normativa de los gobiernos choca a menudo con la revolución digital y la implantación de nuevas ideas de negocio. Nos encontramos con situaciones de hiperregulación, severas restricciones o burocracia excesiva. En otros casos el problema es el opuesto, una falta de regulación porque la innovación va a un ritmo y el gobierno a otro. Estos son obstáculos que se añaden a la dificultad que ya implica desarrollar un nuevo producto o innovar sobre uno ya existente, en un mercado tan global y tan competitivo. Tenemos como ejemplo la famosa Tasa Google, los problemas para operar de la plataforma Uber o la amenaza de Meta de verse obligado a dejar Europa.

Nos encontramos en un momento importante por el reparto de los fondos europeos Next Generation. El gobierno espera que 16.500 millones de euros vayan dirigidos a las empresas, la mayoría pymes. Es complejísimo repartir estos fondos de forma eficiente apoyados a las industrias e ideas adecuadas. Aún es más complicado para los gobiernos que no estén cerca de la innovación ni del complejo mundo empresarial.

Si las entidades públicas apues-