

Jornada de Navidad de ADEFAM

Alberto Zoilo Alvarez: “Las ciudades más dinámicas, las regiones más ricas, los países más desarrollados y libres son aquellos donde existen más empresas”

El presidente de ADEFAM, Alberto Zoilo Alvarez, en la apertura de la Jornada de Navidad, que este año abordó como tema central “El cliente como centro de la revolución tecnológica”, aprovechó para realizar un análisis de la actual coyuntura económica y política en España, que presenta, según dijo, “numerosos y complejos desafíos que las empresas, y también la sociedad, deberemos encarar con prestancia e inmediatez”.

Alberto Zoilo Alvarez instó a las empresas a “volver a un activismo creativo, constructivo y positivo para llevar nuestra voz como empresarios a cuantos foros sea necesario y subrayar que son las empresas, y en particular las empresas familiares, las que hacen más prósperas a las sociedades y a los Estados”. “Las ciudades más dinámicas, las regiones más ricas, los países más desarrollados y libres son aquellos donde existen más empresas”, afirmó el presidente de ADEFAM.

“Tenemos que ser una parte activa en el diseño y la construcción del nuevo modelo económico y social que debe orientar la vida de nuestro país en los próximos 30 ó 40 años, recuperando además el espíritu de consenso que a partir de 1978 nos ha proporcionado el más largo periodo de paz y prosperidad que ha conocido España en toda su Historia”, concluyó.

Jornada patrocinada por Santander España

El acto, que como en años anteriores estuvo patrocinado por Banco Santander, partner de ADEFAM en el área financiera, contó además con la presencia del Instituto de la Empresa Familiar, que estuvo representado por Inés Rovira, directora de Asociaciones Territoriales y Fórum Familiar, quien subrayó la gran oportunidad que se les presenta a las empresas familiares con la transformación tecnológica en marcha para poner al cliente en el centro de su estrategia.

Por su parte, el director territorial de Madrid de Santander España, Jerónimo Sánchez, ponderó el papel de las empresas familiares para hacer posible el crecimiento económico y recordó el soporte que la amplia red territorial de Santander y Popular ponen a disposición de las empresas en Madrid, en total más de 700 oficinas bancarias, además de herramientas específicas para que las empresas aborden el reto de la exportación y de la internacionalización.

España ante la reforma del euro

Bajo este título, Concepción Sanz, responsable del Servicio de Estudios de Santander, enfatizó sobre las medias que habrán de tomarse en los próximos meses para que la zona euro siga creciendo, puedan prevenirse futuras crisis y, con ello, reconducirse las fuerzas divergentes presentes en el actual escenario. Señaló además que la UE, a pesar de los últimos acontecimientos acaecidos con el Brexit, es un proyecto consistente sobre el que hay consenso para avanzar con las reformas.

Sobre la situación económica de España, subrayó el buen crecimiento que todavía experimenta, con una tasa del 2,5%, que representa el consenso de los principales análisis a principios del ejercicio. Además, se trataría a su juicio de un crecimiento con rasgos interesantes, en la medida en que se ha conseguido sin generar inflación ni tampoco déficit exterior, al tiempo que se ha creado empleo con intensidad.

Fernando de Palacio, responsable de Innovación de Amazon: “El cliente, gracias a la revolución tecnológica, tiene hoy el poder”

“La tecnología ha hecho posible que el cliente tenga hoy el poder”, aseguró Fernando de Palacio, director de Gran Consumo de Amazon Sur de Europa, quien definió a esta compañía como “la empresa más centrada en el cliente del mundo”. Según explicó, los pilares sobre los que Amazon cimienta su innovación son la tecnología, la cultura de la innovación y el análisis del cliente, todo ello apoyado en tres palancas principales: la selección de productos, el precio y la comodidad.

En relación con el pilar tecnológico, Fernando de Palacio dijo que Amazon invirtió en 2017 un total de 22.500 millones de dólares en investigación y desarrollo. Asimismo, explicó que la cultura de la innovación se sustenta en una declarada y sentida pasión por el cliente, una actitud de responsabilidad y compromiso con respecto al mismo y un entusiasmo por la innovación. “El cliente está delante de todo, saber lo que quiere en todo momento es la clave de nuestro negocio”, afirmó.

Fernando de Palacio explicó que la visión a largo plazo de Amazon es otra de sus señas de identidad, lo mismo que la pasión por inventar, que se traslada a todas las personas que componen la compañía. En este sentido, destacó los buenos resultados que se derivan de la creación de pequeños equipos de trabajo dentro de la organización y de otorgar la confianza y la responsabilidad a empleados recién llegados a la compañía. Sobre el modelo de innovación, explicó que se trata de un proceso inverso, hacia atrás (*working backwards*), que iría desde la visualización del producto en el momento de su lanzamiento hasta la planificación de todos los detalles por parte del equipo involucrado. “Qué es lo que le importa al cliente es lo primero, y luego avanzamos

hacia atrás para resolver las implicaciones de todo tipo que pueda tener el producto o el servicio”.

En relación con el conocimiento del cliente, Fernando de Palacio aseguró que es la clave, porque “la intuición siempre falla cuando se contrapone a la realidad”. Para ello, subrayó la importancia de identificar los KPI más convenientes para medir aquellos factores y variables clave para su plataforma, además de conocer las preferencias del cliente mediante herramientas como A/B Testing o encuestas.

De Palacio comentó que una de las mejores decisiones de Amazon fue abrir su plataforma a otras empresas para que pudieran vender a través de su plataforma, pero asumiendo la gestión de su propia logística. “Fue la manera de poner en manos de los clientes muchos más productos con precios más atractivos”, dijo. Concluyó su presentación refiriéndose a los nuevos servicios y productos que ha lanzado recientemente Amazon, como *Prime Now*, que permite recibir la compra en menos de una hora y que está presente en Madrid, Barcelona y Valencia, o Alexa, un asistente para la casa dotado de inteligencia artificial y capaz de proporcionar al usuario decenas de miles de “skills” (funciones), recientemente lanzado en España.