

RICARD SANJUAN

CIO en Sothis

“LA DIGITALIZACIÓN NO ES NI OPCIONAL NI UN DISCURSO COMERCIAL MÁS: ES UN PROCESO COMPLEJO, NECESARIO Y DIFERENTE PARA CADA EMPRESA”



Con doce años de existencia a sus espaldas y el fuerte impulso que supone su pertenencia a la sociedad de inversión de Juan Roig, presidente de Mercadona, Angels Capital (100 % de participación desde 2017), la firma Sothis tiene muy claro que su objetivo principal es ofrecer soluciones de digitalización que aporten un valor real al negocio y las necesidades de cada compañía, con un profundo conocimiento y experiencia en un sector tan dinámico y potente como el de la química.

En opinión de los especialistas en la materia, la pandemia ha permitido acelerar en unos pocos meses un proceso de transformación digital que hubiera llevado años ¿Cómo han vivido Vds. esta situación?

Compartimos esa opinión. La disrup-

ción que ha supuesto la emergencia sanitaria ha acelerado los planes de digitalización de las empresas de muchos sectores, incluidos el farmacéutico y el químico. Esto es positivo para la competitividad empresarial, si bien obligará a las compañías a lle-

var a cabo un proceso de “reflexión digital” más profundo. Antes, la digitalización por sí sola era un factor diferenciador. A medida que más compañías avancen en este sentido, el gap se estrechará y deberán repensar sus procesos de negocio y

el lugar que ocupa la tecnología en ellos de manera más meditada para seguir diferenciándose.

En nuestro caso, la pandemia no ha supuesto un momento de "aceleración digital" en cuanto a cuestiones como la ciberseguridad o los entornos de trabajo digitales, pues forman parte de nuestro porfolio y llevamos años proporcionando las soluciones más avanzadas en estos campos a nuestros clientes.

¿Y considera que las empresas están dando respuestas de futuro con las soluciones que implanta, o se responde más a cubrir necesidad del momento?

En muchos casos, se ha pensado en la digitalización con una visión más centrada en resolver las necesidades inmediatas. Piénsese, por ejemplo, en el aluvión de titulares que supuso la entrada en vigor de la RGPD. En aquellos momentos, los expertos en

compliance eran los más buscados y deseados. Siguen siendo un perfil necesario y demandado, sin duda, pero en aquel momento vivieron un auténtico auge.

No obstante, hemos llegado a un punto en el que la digitalización no es ni opcional ni un discurso comercial más: es un proceso complejo, necesario y diferente para cada empresa, que debe estar sustentado en una visión sólida a largo plazo. Asimismo, esta realidad cambia en función de qué sector se trate.

Por ejemplo, en los sectores farmacéutico y químico, las compañías, en general, son conscientes de sus necesidades de digitalización, ya que están sujetas a una regulación estricta o tienen que abordar procesos en los que la trazabilidad debe ser exhaustiva y absoluta. Dichos desafíos conllevan elevados estándares de calidad, como exige por ejemplo

» Las soluciones de trazabilidad o serialización son claves en sectores como el químico o el farmacéutico

la certificación U-Stamp y una motivación extra para apostar por la innovación tecnológica. Las soluciones de trazabilidad o de serialización, por ejemplo, son claves en estos sectores.

"Nuestra misión es dar soluciones adaptadas e integradas", señalaba su CEO, Raúl Martínez, en una entrevista reciente. ¿Qué soluciones considera como imprescindibles, en este momento, en una empresa del sector químico? Si tuviera que destacar un tipo, sería

SOLUCIONES PARA FILTRACIÓN INDUSTRIAL

FILTROS DE BOLSA Y BOLSAS FILTRANTES

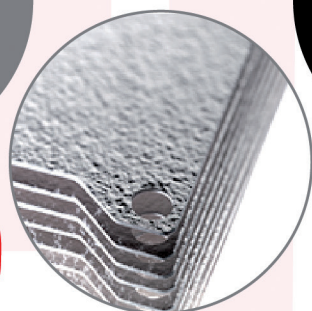


FILTROS DE DISCOS, MÓDULOS Y PLACAS FILTRANTES



peiro, s.a.

FILTROS DE CARTUCHO Y CARTUCHOS FILTRANTES



el de aquellas soluciones que permitan fomentar la innovación, cuya importancia es creciente cuanto más cercano es el negocio al consumidor o a nichos especializados. Estamos observando una gran demanda en el desarrollo de nuevos productos, bien sean variantes o se le den nuevos usos, o para ampliar mercados. También se da el caso de empresas B2B del sector, cuyos clientes les piden innovar en el tratamiento de la materia prima: fabricación a medida que les permita crear nuevos productos.

¿Encuentran mejor salida sus soluciones en pymes o en grandes grupos empresariales? Según su experiencia en los últimos meses, ¿se ha convertido la digitalización en la inversión prioritaria en las pymes españolas?

La digitalización no entiende de tamaño de empresa: entiende de desafíos de negocio, de mejoras en la eficiencia y optimización de procesos. En nuestro caso, principalmente proporcionamos soluciones a grandes compañías que requieran soluciones complejas e integrales. Es ahí donde más valor podemos aportar. Sin embargo, es cierto que las pymes son una parte fundamental del tejido empresarial español, y muchas son auténticos titanes de sus sectores a nivel internacional, y deben afrontar retos digitales tan complejos -o más- como los de muchas multinacionales.

Su facturación en 2019 alcanzó los 83 millones de euros, con crecimientos del 18 %. ¿Qué previsiones manejan para 2020? ¿Se mantendrán en crecimientos de dos dígitos, como hasta el momento? ¿En qué áreas de negocio mantienen mejores perspectivas de incremento?

Aún es pronto para poder realizar estimaciones, especialmente en un momento de cambio como el que vivimos. Sin embargo, estamos especializados en soluciones tecnológicas que son básicas para la competitividad y buen funcionamiento de las empresas en la economía digital, dos

» La digitalización no entiende de tamaño de empresas: entiende de desafíos de negocio, de mejoras en la eficiencia y optimización de procesos

cuestiones más importantes que nunca. Además, gozamos de una dilatada experiencia en sectores esenciales, como el farmacéutico y el químico, con clientes como Kin Cosmetics, que no han parado este año. Esto nos permitirá seguir acompañando a nuestros clientes en su apuesta por impulsar su negocio con las mejores soluciones.

¿Contemplan el desarrollo de su internacionalización, por ejemplo, ampliar su presencia en Portugal, en donde ya tienen sede en Porto?

Nuestro plan de internacionalización es una realidad en la que seguiremos trabajando como hasta ahora. Ya somos una compañía con alcance global, con más de 300 clientes en 35 países.

¿Prevén también el crecimiento de su compañía por adquisiciones? ¿Considera que se van a dar importantes movimientos en este sentido a nivel general?

Principalmente, hemos apostado por el crecimiento orgánico como modelo de expansión. No prevemos movimientos en este sentido en el corto plazo.

¿Cómo establecen sus relaciones con las empresas a nivel de formación? ¿Y qué supone la cátedra de Transformación Digital que han creado en la Universitat Politècnica de València (UPV)? ¿Qué relación mantienen con centros de investigación (universidades o centros tecnológicos valencianos, etc.)?

Para Sothis, la formación es una cuestión estratégica. Como proveedor de

soluciones tecnológicas, debemos estar en constante actualización y aprendizaje, y apostamos por planes ambiciosos de captación y retención del talento. Esto se traduce, asimismo, en una apuesta por la formación y por estrechar los lazos entre centros universitarios y el sector privado. Un ejemplo es el máster mencionado de la UPV en industria 4.0, del que somos parte del equipo docente. La digitalización de la industria es una parte fundamental para cualquier país que busque crear una economía de alto valor añadido. Asimismo, también con la UPV, creamos una Cátedra de Transformación Digital, y participamos en distintos másteres centrados en la gestión empresarial y el manejo de SAP, cuya plataforma tecnológica es de las más extendidas del mercado, en centros como la Universidad San Pablo CEU, EDEM, la Universidad de Valencia o IDE-CESEM.

Y, por último, ¿qué va a suponer para la evolución de la compañía su traslado a sus nuevas instalaciones en la Marina de Valencia?

Nos agrada poder estar cerca de un hub tecnológico como La Marina. Es un movimiento natural, fruto del crecimiento de la plantilla y de las necesidades de nuestras áreas de negocio, que sigue la línea de otros cambios de sede que también hemos realizado este año. Simplemente, re-queríamos de un nuevo espacio más acorde a las necesidades actuales de la empresa. ■