

Foto
Santiago OjedaTexto
Ambrosio Rodríguez

RAFAEL ABREU, DIRECTOR DE PROYECTOS ESTRATÉGICOS DE BERGÉ Y COMPAÑÍA

“El departamento de TI escala puestos en la cadena de valor de las compañías”

« Rafael Abreu marca una línea estratégica de Bergé y Compañía que se encamina hacia la transformación y la innovación, y que reconoce el valor que aporta la tecnología a la organización. A su vez, entiende que el CIO debe desplegar un discurso de valor para el negocio. De cara a 2022, el esfuerzo estará centrado en iniciativas de marketing digital y CRM, datos y analítica, IoT y ciberseguridad.

¿Después de desempeñar el cargo de CIO en Bergé durante 12 años, qué supone pasar a liderar la dirección de Proyectos Estratégicos de la compañía?

Creo que ha sido un paso bastante natural desde el punto de vista de la evolución de la propia compañía, mi trayectoria y aportación profesional. Debe entenderse que Bergé y Compañía es la matriz de dos negocios, Astará y Bergé, que son al mismo tiempo autónomos y muy distintos entre sí.

Nos encontrábamos en el inicio de un nuevo ciclo en el que queríamos dar prioridad al crecimiento de nuestros negocios, a su transformación y a la innovación. En ese contexto decidimos acometer cambios en la forma en que nos organizábamos y, como parte de todo ello, entendimos que la tecnología debía estar lo más cercana posible a la estrategia de cada uno de ellos y que, en consecuencia, debía estar integrada en sus propias estructuras y gobernada desde sus respectivos consejos de administración.

Desde esta nueva posición tengo la responsabilidad de apoyar a Bergé y Compañía en el gobierno de la tecnología y de apoyar a nuestros negocios en la movilización y ejecución de cuantos proyectos sean identificados como relevantes.

¿Considera que es, además, un reconocimiento a su labor en el área de Sistemas de Información y de Transformación Digital?

Tras muchos años impulsando la evolución tecnológica en la compañía creo que hemos conseguido ese punto de madurez en el que nuestros equipos han identificado con claridad el valor que puede aportar. Ha supuesto

dar un paso más, de manera que sigo traccionando la tecnología desde una perspectiva más estratégica.

Se habla mucho del papel del CIO. ¿Su ejemplo significa que es un rol ya totalmente considerado dentro de las organizaciones?

Cada compañía, cada industria y cada situación concreta es distinta. Hace poco leía a un importante directivo del mundo de los servicios tecnológicos afirmando que “el departamento de TI escala puestos en la cadena de valor de las compañías”. Yo creo que efectivamente es así y es algo que responde a diversos factores. Entre ellos, me parece relevante, de un lado, la aceleración de los cambios habilitados por la evolución tecnológica, en ocasiones disrupción, que estamos viendo en todos los sectores. Dejando de lado los plazos y velocidades, pocas industrias y empresas quedarán que no reconozcan esta realidad. De otro, es muy importante la evolución de las personas que ocupan los puestos directivos de las compañías y, de entre ellos, merece la pena destacar la evolución de los perfiles de los CIO, cada vez más orientados a la generación de valor, que hoy vemos en las principales compañías en España y en el mundo. Cada vez hay más ejemplos de compañías que identifican la tecnología como factor crítico de competitividad y que, cada una con sus propias fórmulas, la sitúan en posiciones más visibles dentro de sus estructuras organizativas y formando parte de los foros en los que se toman las decisiones más relevantes.

¿Considera que existe ya un mayor alineamiento entre el área de Negocio y el de Tecnología?





Como mencionaba anteriormente, cada situación es distinta, pero en líneas generales considero que se avanza en esta dirección. Me gusta más el concepto de integración que el de alineamiento. La tecnología está cada vez más integrada en las cadenas de valor de las compañías.

¿La Dirección ha dejado de pensar en la tecnología como una 'commodity'?

En nuestra compañía desde luego es así y creo que, en general, es un proceso que vemos que avanza a nuestro alrededor. Es un avance en el que, como ya mencionaba anteriormente, los CIO debemos tener un rol relevante, dando un paso adelante para ser más visibles, haciendo una labor de evangelización, huyendo del lenguaje técnico y desplegando un discurso de va-

lor para el negocio. Y, por supuesto, es un proceso en el que a veces también podemos tener ciertos vértigos.

¿Hacia dónde encamina Bergé los proyectos estratégicos?

En Bergé y Compañía tenemos dos negocios dentro de dos industrias y segmentos muy distintos entre sí. En ambos casos estamos poniendo muchos esfuerzos en el crecimiento.

En el caso de Astará nos encaminamos hacia la movilidad diversificando nuestros modelos de negocio. Al modelo tradicional de vehículo en propiedad hemos añadido modelos de suscripción para particulares y empresas, vehículo conectado y servicios de inteligencia de datos. Todo este ecosistema habilitado por una plataforma tecnológica en la que hemos trabajado



Los CIO debemos tener un rol relevante, dar un paso adelante para ser más visibles y hacer una labor de evangelización

durante los últimos años y en la que hemos invertido y seguiremos invirtiendo de forma decidida para continuar siendo líderes en una industria en profunda transformación.

En el caso de Bergé, también centrados en el crecimiento, la orientación al cliente y la eficiencia operativa son elementos centrales de nuestra estrategia para mantener nuestro liderazgo en el sector. Estamos inmersos en un programa de transformación de nuestras formas de trabajar en el que las tecnologías, de la información e industrial, son también uno de los componentes clave para habilitar nuestra evolución.

¿La digitalización es una hoja de ruta que tienen marcada como algo prioritario?

En Bergé y Compañía consideramos que la incorporación de tecnología y la digitalización deben formar parte, y así es en la actualidad, de los planes estratégicos de nuestras compañías. Efectivamente lo consideramos prioritario y, en este sentido, no solo esperamos que esté en los planes, sino que es algo de lo que hacemos un seguimiento continuo y cercano.

¿Qué planes contemplan al respecto?

En términos de tecnologías más concretas, en ambos negocios disponemos de iniciativas en diversos ámbitos como cloud, marketing digital, IoT, datos y analítica, RPA, ciberseguridad, etc. Si tuviera que destacar algunas de las iniciativas relevantes en el año 2022 diría que dedicaremos importantes esfuerzos en iniciativas de marketing digital y CRM, datos y analítica, IoT y ciberseguridad.

También es responsable global de Ciberseguridad. ¿Qué retos son los prioritarios para la entidad en este aspecto?

En nuestra compañía venimos, desde hace bastantes años, dedicando mucho esfuerzo e inversión a la ciberseguridad, en línea con la tendencia general de incremento de las necesidades y de la inversión. Acabamos de aprobar un plan director de ciberseguridad que, con la perspectiva de nuestros planes de negocio, establece las iniciativas y prioridades a las que debemos orientar nuestra evolución futura. Destacaría, entre otros, la importancia que damos a la concienciación y formación de todos nuestros empleados y colaboradores. Hemos dado prioridad a este capítulo en el pasado y queremos seguir haciéndolo en el futuro. ■

Queremos dar prioridad a la transformación e innovación de nuestros negocios