

El Covid-19 impulsa el papel de las consultoras en la gestión empresarial

La gestión 'end to end' es el valor diferencial para las compañías

La industria aseguradora se apoya en las asesoras para fomentar su digitalización

JULIA FERNÁNDEZ
MADRID

La carrera de las compañías hacia la excelencia para ofrecer cada día mejores resultados y servicios a sus clientes requiere de una gestión empresarial en continua revisión. La pandemia del Covid-19 no ha hecho más que acelerar el ritmo de esta carrera y ha obligado a las empresas a tomar decisiones rápidas en el corto plazo para hacer frente a las nuevas circunstancias excepcionales. En este escenario inédito de enorme volatilidad, la consultoría ha tomado un papel muy relevante a la hora de aportar conocimiento y seguridad a las empresas.

Así lo han explicado Amado Ramos, responsable de servicios financieros de Minsait Business Consulting, e Ignacio Mariscal, consejero delegado de Reale Seguros, durante un encuentro organizado por **CincoDías** y Minsait Business Consulting, unidad de consultoría de negocio y digital de Minsait, una compañía de Indra. "En este momento de incertidumbre, desde el punto de vista de la consultoría creemos que la clave es garantizar la excelencia en la implantación: hay que definir el cómo y no tanto el qué", sostiene Ramos. "Hay que garantizar la gestión con mucha flexibilidad a través de dos vías: aportando capacidades técnicas y gestionando las cargas de trabajo", añade.

El coronavirus ha abocado a las empresas a mantener la tensión para ser capaces de reaccionar a corto y muy corto plazo, por eso necesitan ahora más que nunca ayuda externa. Aunque no solo. "Actualmente nos encontramos en mitad de la tormenta perfecta, pero cuando llegue la nueva normalidad habrá que aportar otro enfoque", advierte Ramos. Desde el punto de vista de las compañías, contar con las soluciones de una consultora es fundamental porque "es

La perspectiva integral para transformar el negocio

► **Gestión estratégica.** La perspectiva *end to end* es la visión integral, de principio a fin, que una empresa debe tener de todos sus procesos para garantizar el cumplimiento de sus objetivos.

► **Conocimiento compartido.** Ramos explica que, a diferencia de lo que ocurría en el pasado, el conocimiento está ahora compartido entre el consultor y el cliente, por lo que esta realidad requiere que los consultores abunden en la especialización tanto técnica como sectorial. "El consultor tiene que trabajar en el método, ser un acelerador del cambio, un catalizador de una nueva forma de trabajar", sugiere.

► **Valor diferencial.** Para acelerar la digitalización, Minsait pone a disposición de sus clientes estas soluciones *end to end*, para optimizar todos los departamentos, los procesos y los recursos. "Desde el diseño, pasando por la fabricación y la puesta en marcha del proyecto, esta solución lo cubre todo", explica Ramos. Es el valor diferencial de la consultora.



De izquierda a derecha, Amado Ramos, responsable de servicios financieros de Minsait Business Consulting, e Ignacio Mariscal, consejero delegado de Reale Seguros. PABLO MONGE

la ventana que permite ver lo que ocurre en el mundo", asegura Mariscal. "Las consultoras tienen mucha más capacidad de generar experiencia de manera más rápida y nos da a las empresas mucho foco y velocidad", añade.

Impulso a la digitalización La tecnología impacta a toda la cadena de valor de la industria y un pastel tan grande que cortar necesita de la ayuda de una consultora. "Ya no se trata de ser grande o pequeño, sino de ser rápido para sobrevivir. O somos capaces de avanzar y movernos a la misma velocidad que se va a mover la tecnología o nos quedaremos atrás", advierte el directivo de Reale, que añade: "La aportación de valor de una consultora, en este momento más que nunca, es fundamental en empresas como la nuestra".

Ramos coincide y explica la solución que Minsait en concreto es capaz de ofrecer a las compañías. "La tecnología es un habilitador y un acelerador clave para gestionar la situación actual; pero hay que aplicarla desde el



Cuando juntas conocimiento del negocio y capacidades tecnológicas, entonces puedes aportar soluciones E2E a tus clientes

Amado Ramos
MINSAIT



O somos capaces de avanzar y movernos a la misma velocidad que se va a mover la tecnología o nos quedaremos atrás

Ignacio Mariscal
REALE SEGUROS

conocimiento del negocio, sabiendo y conociendo en detalle las claves competitivas a las que se enfrentan las empresas. Cuando juntas conocimiento del negocio y capacidades tecnológicas, entonces puedes aportar soluciones *end to end* a tus clientes. Eso es lo que nosotros estamos haciendo y cada vez tiene más demanda por parte de las empresas", sostiene Ramos.

Sin embargo, la tecnología también puede funcionar como un arma de doble filo ya que la percepción, el comportamiento y la relación de los nuevos clientes nativos digitales con las empresas ha cambiado. "Es una oportunidad para el sector, no una amenaza, incluso para nosotros que somos una compañía ultratradicional", asegura Mariscal. "Es cierto que la tecnología te exige que ofrezcas servicios disponibles de manera digital que antes no tenías y esa es nuestra apuesta de cara al futuro".

En la opinión de Ramos, tras el paso de la pandemia habrá que poner el foco en la transformación del negocio. "Las compañías se

están planteando cambiar su modelo de negocio cada vez más, motivadas por la tecnología, los requerimientos y exigencias del cliente o por los cambios en la propia regulación", explica. "Evolucionar el negocio significa plantearse nuevas oportunidades, abrir el ecosistema a colaborar con otras compañías y ampliar la capacidad de oferta a los clientes", añade Ramos.

Este futuro se plantea en un contexto en el que el conocimiento está compartido entre el cliente y la consultora. Por tanto, para aportar valor, los asesores deben ahondar aún más en la especialización tanto técnica como sectorial. "El consultor tiene que acompañar al cliente en esa especialización con método para ser un catalizador de cambios en la manera y la forma en que se trabaja", abunda Ramos. E indica la importancia de la escalabilidad en términos de conocimiento. "El mayor activo que puede tener una consultora es el conocimiento y la capacidad de colaboración, esas son las dos claves donde se sustenta el éxito", afirma.