

ALICIA RICHART, DIRECTORA GENERAL DE DIGITALEES

“El voto ponderado tampoco es tan dramático”

Alicia Richart es la cara visible de DigitalES, la patronal TIC nacida a partir de la unión de las empresas que abandonaron Ametic por discrepancias con la dirección y que aspira a ser “la referencia de la digitalización en España”.

Nerea Bilbao



► DigitalES se constituye a principios de junio. Arrancó con 17 fundadores, principalmente las empresas de telecomunicaciones que salieron de Ametic, alguna empresa tecnológica y un par de consultoras (Everis y Altran) y poco a poco han ido creciendo hasta los 36 socios cuya facturación conjunta supone el 3,5% del PIB nacional.

Su directora general, Alicia Richart, considera que las consultoras son los verdaderos “agentes del cambio”. Para ella, que trabajó ocho años en Accenture, es muy importante que estén en esta nueva asociación. “No queremos ser endogámicos y la idea es abrirse a otros sectores. La digitalización es un fenómeno transversal y lo de ser endogámicos y estar hablando de tecnología entre nosotros está bien, pero no tiene sentido”, opina. La idea de la patronal es trasladar la tecnología a otros sectores. “Vamos a firmar un acuerdo con la Federación Empresarial de la Industria Química Española (FEIQUE) para ayudar a trabajar en cómo dar visi-



bilidad de lo que la industria química hace en temas de industria 4.0”, revela en un encuentro con *ComputerWorld*.

Richart, ingeniera industrial de formación, ha sido directora de relaciones institucionales en Cellnex y asesora del gabinete del ministro de Industria, Energía y Turismo entre 2012 y 2014. Como cara visible de DigitalES, quiere imprimir un carácter transparente y ágil a la asociación y hacer de puente para llevar las reclamaciones de los socios a la Administración.

.....

“Hemos hablado con Google y Facebook y les gusta mucho nuestro proyecto”

.....

Dice que el nexa de los socios de la patronal es que sean digitales, pero hoy prácticamente todos lo son, entonces, ¿cuál es el tamiz?

Cuando ya el mundo sea digital, cuando hayamos llegado a ese límite superior, entonces ya DigitalES desaparecerá, porque ya habremos conseguido nuestro objetivo. Entonces ya nos inventaremos otra cosa.

Las empresas a las que representa DigitalES pagan un agregado de 8.000 millones de euros en impuestos. ¿Cree que es un sector de mucha presión impositiva? Siempre ha habido una queja del peso sobre sus espaldas, como el pago de la tasa de RTVE.

Estamos en una onda expansiva de inversiones y el pagar impuestos penaliza o retrae recursos de la inversión. Que las *tel/cos* tengan que pagar la tasa de RTVE es muy cuestionable.

Teniendo en cuenta que una patronal es un lobby, ¿es importante haber contado con una trayectoria política?

Ni Eduardo [en referencia a Eduardo Serra, presidente de la patronal y exministro de Defensa con el PP y secretario de Estado de Defensa con el PSOE] ni yo hemos tenido una trayectoria política. Lo que sí hemos tenido es una experiencia en la Administración General del Estado, que es muy distinto. Y la mía muy modesta comparada con la de Eduardo. Esto es muy importante. No solo por el tema de hacer *lobby*, que ya es de por sí importante, sino por conocer la Administración desde dentro y ver cómo funciona. Es importante entender desde cómo se crea una norma, cómo se aprueba, cómo se somete a audiencia pública con otros ministerios, con los *stakeholders* y cómo finalmente se aprueba en Consejo de Ministros y finalmente se pasa al Congreso. Creo que es importante conocer todo este proceso. En mi caso lo que más destaque de mi labor en el ministerio fue poner en marcha la Agenda Digital para España y el programa de Industria 4.0.

Facilita la tarea por conocer los entresijos administrativos pero también por poder trasladar las reclamaciones directamente a las altas esferas, ¿no?

.....

Sobre la guerra entre ‘telecos’ y OTT, la patronal reclama “mismas reglas para mismos servicios”

.....

De mi experiencia puedo sacar que sé a quién puedo ir a hablar y a qué puerta llamar. Pero es importante decir que nosotros somos aliados, somos muy cercanos con la Administración. Hemos



contestado a 30 consultas públicas desde el mes de junio; y es que toda consulta que pase por materia de economía digital, nosotros damos respuesta. De la Administración estoy aprendiendo todo lo relativo a este mundo asociativo que para mí era desconocido e intentando acelerarlo y poner sobre la mesa un proyecto alineado con los intereses de los asociados y sobre todo muy actual y con una gestión muy parecida a la que se hace en cualquier gestión privada.

¿Cómo es esto?

Todas las cuentas están siempre disponibles para todos los socios, con todas las actualizaciones mensuales que nos hacen. Tenemos unos códigos de buena conducta en materia de competencia y en materia de anticorrupción. Somos hiper transparentes. Yo estoy acostumbrada a trabajar con el modelo anglosajón y esta es la forma. Es el estilo que estoy imprimiendo a la asociación. Para mis asociados la reputación es crucial, si no, los inversores se van. Por esto es necesario darles tranquilidad, transparencia y buenas prácticas de gestión.

¿Qué esperan de ustedes los asociados?

Hay cuatro pilares fundamentales, que hemos construido a partir de recoger lo que esperaban las empresas en el momento de la fundación de DigitalES: qué desafíos presenta la digitalización, qué hacer con el talento, qué pasa con las empresas (cómo se suman) y qué políticas públicas innovadoras pueden ponerse en marcha. En función de eso hemos definido nueve líneas de trabajo. Por ejemplo, tenemos un Think Tank digital para definir la estrategia digital de España; antes estaba principalmente enfocado a infraestructuras pero ahora el foco está en el fomento de la demanda y aquí vamos a aportar ideas. También tenemos un ciclo de desayunos con sabios (filósofos, politólogos, historiadores) con el objetivo de ayudar a perder el miedo a la digitalización y a ver cómo impacta desde diferentes perspectivas. Otra iniciativa, de vida digital, establece 12 causas para cada mes del año.



Supongo que dar visibilidad a la patronal es una de las principales líneas de actuación en este momento.

Representar a un grupo de empresas como las que representamos es un privilegio. Es el sector más bonito que hay y las empresas están muy interesadas en promover la digitalización y están involucradas. Lo que quieren es que se les tenga en consideración y que les

escuche. No piden nada más. Nosotros queremos ser una voz única del sector. Otros modelos asociativos son más de servicio, de apoyo, que aportan valor práctico, formativo, de negocio. Este sector al que representamos transcende un poco esa dimensión.

Hablaba de una voz única, pero precisamente lo que veo es mucha divi-

sión, hay muchas voces separadas en diferentes patronales (Ametic, AEC y ahora DigitalES). ¿No es una estrategia equivocada para conseguir cosas?

Yo voy a pelear para conseguir muchas cosas.

Pero la unión hace la fuerza.

Depende [ríe].

Si echamos un vistazo a las tres patronales de las que hemos hablado, hay muchos socios que están en las tres o en dos. ¿No es un poco confuso?

No lo sé, hay que preguntárselo a los asociados. Yo no voy a imponer a nadie que esté en una o en otra; cada uno estará en la que mejor represente sus intereses.

¿Podríamos decir que cada asociación representa intereses diferentes?

Bueno. O que las empresas están más cómodas o que prefieren estar o diversificar por cualquier tipo de motivo que yo desconozco. Estoy encantada que estén en la mía y voy a hacer lo máximo posible para que permanezcan y estén muy satisfechos.

¿Los asociados que están con Digitales, por qué se han sumado? ¿Cuál ha sido su discurso?

Les he contado mi plan de trabajo, les he mostrado el enfoque de gestión y de transparencia y de agilidad y ya está. Y la experiencia en temas regulatorios, que no en todas partes existe.

La condición *sine qua non* para construir una nueva patronal fue la del voto ponderado. ¿Hubo alguna más?

Principalmente fue esa y otros temas relacionados con la transparencia de la gestión. Nosotros lo hemos resuel-

.....

“Que las ‘telecos’
tengan que
pagar la tasa
de RTVE es muy
cuestionable”

.....

to de la siguiente forma: en función de la facturación se paga una cuota y en función de eso hay un voto. Esto pasa en otras patronales, es algo que pasa en todos lados. Se pondera el voto en



función de la facturación. De esta forma no se impone el criterio de las pymes, que en número son más, al de las grandes empresas.

Todo esto, ¿no excluye a algunos sectores?

De momento no hay necesidad de aplicarlo. Nosotros promovemos el consenso y hasta ahora nunca hemos tenido que aplicar el voto ponderado.

Es un mecanismo que tenemos preparado al que recurrir en caso de bloqueo. Porque en ese caso [de bloqueo] sí que se pierde la potencia como asociación, porque no tienes posición en nada.

¿Cuál es su posición en la batalla entre *telecos* y OTT?

Sigue siendo la que había hasta ahora; mismas reglas para mismos servicios. Nosotros no queremos que se suba la

DigitalES tiene 36 socios que representan una facturación superior a los 37.000 millones de euros o un 3,5% del PIB nacional. A modo de contexto, la patronal UNESA representa el 2% del PIB. Los asociados de la patronal generan 157.000 empleos directos; el 53% de estos profesionales han sido formados en materias STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas) y las cifras anuales de inversión agregada en I+D+i supera los 8.300 millones de euros.

regulación a las OTT; queremos un marco equilibrado y que se nos regule de la misma forma.

¿Están las puertas de DigitalES abiertas a empresas como Google y Facebook?

Sí. Hemos hablado con ellos y les gusta mucho nuestro proyecto.

¿Cómo podrían equilibrar pesos?

Con consensos. Y con voto ponderado.

Así que gana el más grande.

No gana el más grande. Tenemos como 20 empresas que con los de la cuota máxima, son 20 empresas que se tienen que poner de acuerdo. El voto ponderado tampoco es tan dramático.

Con respecto al talento, ¿hay mucho talento pero poca capacidad de absorción por parte de las empresas o al revés?

Pues mis empresas se quejan de escasez de perfiles. De hecho, una de nuestras líneas de trabajo es la educación. Hay capacidad de absorción por parte de las empresas, sobre todo en unas determinadas materias. Hay demanda de *user experience*, de datos, de ciberseguridad.

Con el tema de brecha de género en el candelero, ¿tienen alguna acción pensada?

Nuestro interés principal es que nuestras niñas no tengan miedo a estudiar materias STEM. En este sentido hay diferentes

.....

“Para mis asociados la reputación es crucial, si no, los inversores se van. Hay que darles tranquilidad, transparencia y buenas prácticas de gestión”

.....

factores que influyen: genera rechazo el verse señaladas como la *nerd*, también hay una componente familiar que sigue influyendo en las decisiones que toman los niños y luego hay otra que es crucial: los maestros de primaria y secundaria son licenciados en magisterio. Las personas que estudian magisterio no siempre son las que mejor explicarían matemáticas, física o química. Hay que actuar en el *upstream*.

¿Qué acciones tienen?

Vamos a hacer un programa del docente digital junto con el Ministerio de Educación, para que ser un docente digital “mole”. La idea es introducir incentivos para que al profesor le guste ser un docente digital.

Y a nivel empresa, ¿algún tipo de incentivo para contrataciones que reduzcan esa brecha?

De momento vamos a ver con el *upstream*. Hay alguna empresa, que no quieren hacer público el nombre, pero que pagan más a las mujeres que a los hombres. **cw**

