

IA EN LA EMPRESA ESPAÑOLA: RETOS Y OPORTUNIDADES

IA EN LA EMPRESA ESPAÑOLA, DE LA CALIDAD DEL DATO A LA EFICIENCIA DE LOS NEGOCIOS

La inteligencia artificial, lejos de ser una tendencia de cara al futuro, es una realidad en las empresas, tanto nacionales como internacionales, si nos atenemos al interés despertado en los responsables de tecnología de las organizaciones que, o bien ya han implementado algún proyecto apoyado en la IA, o bien están buscando algún caso de uso que les permita adentrarse en estos



desarrollos con el correspondiente retorno de la inversión. Este paso busca una mejora de la eficiencia de los procesos, o un nuevo producto o servicio con la vista puesta en mejorar la experiencia de los usuarios.

Tal y como se desprende de los datos del [último informe publicado por el Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad \(ONTSI\)](#), el 11,8% de las empresas españolas de más de 10 empleados ya usa la IA, creciendo un 3,5% respecto al año anterior.

Siguiendo con la línea marcada por este estudio, [las organizaciones que han apostado por la inteligencia artificial](#) lo hacen, de manera preferente, para automatizar flujos de trabajo o ayudar en la toma de decisiones (el 46% de las empresas analizadas) y para identificar objetos o personas en función de imágenes (39,7%), aunque entre los objetivos perseguidos por estos proyectos podemos encontrar otros tales como generación de lenguaje, traducción o transcripciones del habla para ser leídos por máquinas.

En este sentido, según se incluye en el informe [AI Index 2023 de la Universidad de Stanford](#), la optimización de operaciones de servicios,

segmentación de clientes a partir del análisis de datos o la creación de nuevos productos basados en inteligencia artificial, son algunas de las principales razones esgrimidas por los encuestados para poner en marcha este tipo de proyectos, lo que pone sobre la mesa que la IA se está desarrollando en el sector empresarial en una triple línea de actuación: [optimización](#), [análisis e innovación](#).

MUCHO CAMINO POR RECORRER

Con todo, el camino hacia una plena integración de la inteligencia artificial en las organizaciones está solo en sus primeros pasos. De cara a 2030, la Unión Europea tiene como objetivo que el 75% de las empresas hayan adoptado servicios de computación en la nube, macrodatos e inteligencia artificial, según el infor-

SEGÚN ONTSI, EL 11,8% DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS DE MÁS DE 10 EMPLEADOS YA USA LA IA, CRECIENDO UN 3,5% RESPECTO AL AÑO ANTERIOR

me Uso de inteligencia artificial y big data en las empresas españolas, del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital.

El motivo es claro, IA en las empresas está transformando la manera en la que trabajan y abre nuevas posibilidades para mejorar la eficiencia y la productividad. Ahora bien, su implementación también presenta una serie de retos que no podemos olvidar, como veremos posteriormente.

Asimismo, no podemos olvidar que parte de este impulso vendrá dado por el hecho de que la inteligencia

artificial es un eje estratégico de la agenda [España Digital 2026](#), en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, por su gran potencial para transformar la economía y la sociedad, porque como señalan los responsables de estas iniciativas, “permite mejorar las predicciones, agilizar las operaciones y personalizar los servicios. Uno de sus objetivos es integrar la IA en las cadenas de valor para transformar el tejido económico y la productividad empresarial. Por sectores, se espera que sean telecomunicaciones, servicios financieros, tu-





Clica en la imagen para ver la galería completa

rismo, o distribución, los que tengan un mayor potencial transformador a medio plazo”.

BENEFICIOS PARA LA EMPRESA

En el ámbito empresarial, la inteligencia artificial permite a los em-

pleados centrarse en tareas más estratégicas y creativas, con el objetivo de mejorar la eficiencia y la productividad. Es decir, la inteligencia artificial en las empresas se puede utilizar en diversas áreas, como en el análisis de datos, el [marketing](#), [la atención al cliente](#), [la cadena de suministro](#) y [la gestión de recursos humanos](#).

La IA proporciona una interesante variedad de beneficios, incluyendo la automatización de procesos, el

EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL, LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL PERMITE A LOS EMPLEADOS CENTRARSE EN TAREAS MÁS ESTRATÉGICAS Y CREATIVAS, CON EL OBJETIVO DE MEJORAR LA EFICIENCIA Y LA PRODUCTIVIDAD

análisis de grandes cantidades de datos, la mejora de la experiencia del cliente y la reducción de errores humanos, entre otros. Repasemos con más detalle algunos de ellos:

➤ **Análisis de grandes cantidades de datos**, permitiendo a las empresas tomar decisiones más informadas y precisas, basadas en información detallada y en un análisis en tiempo real.

➤ **Mejora de la experiencia del cliente**: también puede mejorar la experiencia del cliente a través de chatbots y asistentes virtuales.

➤ **Automatización de procesos**, lo que aumenta la eficiencia y la productividad, y también puede reducir costes operativos.

➤ **Reducción de errores humanos**, lo que aumenta la precisión y la calidad del trabajo.

➤ **Toma de decisiones informadas** para favorecer que las organizaciones mejoren su rendimiento general y su competitividad (46,2% de las compañías la usan para la automa-

tización de flujos de trabajo o como ayuda en la toma de decisiones, según datos del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital).

RETOS A SUPERAR PARA IMPLEMENTAR LA IA CON ÉXITO

A la vista de las ventajas, debemos preguntarnos si nuestra organización está realmente preparada para la IA, que es lo que ha hecho Workday en un [reciente informe](#). A la vista de este análisis, las organizaciones tienen ante sí una serie de retos que deben tener en cuenta para implementar de forma satisfactoria y óptima la IA en sus procesos: asegurar que la IA tenga una base de datos de alta calidad, establecer casos de uso precisos y una estrategia para avanzar rápidamente, y resolver la carencia de skills.

DATOS DE CALIDAD

Los datos de mala calidad pueden hacer fracasar cualquier proyecto de

IA. De hecho, los modelos basados en grandes volúmenes de datos no estructurados, con diversos niveles de calidad, ofrecen menos valor y precisión que los modelos basados en conjuntos de datos menores pero de más calidad.

Por tanto, no se trata solo de tener una gran cantidad de datos, que es importante, sino de que estos sean de calidad y estén protegidos y validados por la organización.

CASOS DE USO CLAROS Y UNA ESTRATEGIA DEFINIDA

Son muchos los responsables que se sienten presionados por sus comités de dirección o por las áreas de negocio para implementar la inteligencia artificial en sus organizaciones, ya sea porque quieren mejorar su nivel de competitividad o porque buscan mejorar la experiencia del cliente o del empleado. Pero esta velocidad contrasta en ocasiones con la necesidad de definir casos de uso adecuados para cada negocio, con un coste y un retorno que respalden la decisión, y con unos objetivos que, claramente, supongan una mejora para el negocio o para las operaciones de la propia compañía.

LOS PRINCIPALES RETOS PARA IMPLEMENTAR LA IA EN LAS ORGANIZACIONES SON ASEGURAR UNA FUENTE DE DATOS DE ALTA CALIDAD, ESTABLECER CASOS DE USO PRECISOS Y UNA ESTRATEGIA PARA AVANZAR RÁPIDAMENTE

HACER FRENTE A LA FALTA DE TALENTO

Según los datos que se desprenden del informe de Workday, un 80 % de los encuestados dice que la IA y el ML ayudan a los empleados de la empresa a trabajar más eficientemente y tomar mejores decisiones, pero un 68 % reconoce que la IA y el ML no son accesibles en sus empresas.

Además, casi tres de cada cuatro responsables de la toma de decisiones (72%) creen que su empresa carece de las competencias requeridas para implementar totalmente la IA y el ML, aunque pero casi la mitad de los encuestados (47%) dice que el propio uso de IA y ML para solventar esta carencia es una de las tres principales razones por las que se ven forzados a aumentar la adopción de IA o las inversiones en esa tecnología. ■

MÁS INFO +

- » [Uso de inteligencia artificial y big data en las empresas españolas, 2023. Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad \(ONTSI\)](#)
- » [AI Index. Universidad de Stanford](#)
- » [Informe IA. Workday](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES

¿ESTÁ PREPARADA TU EMPRESA PARA LA IA?

Workday ha analizado los retos y las oportunidades que llegan de la mano de la inteligencia artificial a las organizaciones. Descubre en este documento si tu compañía está preparada para la irrupción de la IA y qué pasos debes dar para que su implementación sea un éxito.



#ENCUENTRO IT USER

RETOS Y OPORTUNIDADES DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA EMPRESA ESPAÑOLA

La inteligencia artificial ha dejado de ser una tendencia de futuro para convertirse en un elemento diferencial para las organizaciones españolas. Sin embargo, que ya haya un elevado número de empresas que están trabajando en proyectos de mejora de su negocio apoyándose en la IA no elimina los retos que tienen que enfrentar las compañías, aunque abre la puerta a nuevas oportunidades.

Según un estudio de Vanson Bourne para Workday, el 73% de los líderes empresariales se sienten forzados a adoptar Inteligencia Artificial en sus negocios. **Aedas Homes, Dominion Global, Fundación ONCE, Grupo ASV, Grupo Ubesol, Mapfre, Minsait, Tecnatom y World2meet (Grupo Iberostar)**, participaron en un Encuentro de la Comunidad IT User, apoyado por **Workday**, en el que expusieron sus proyectos y planes para el despliegue de inteligencia artificial en sus organizaciones.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL SÍ, PERO CON CAUTELA

La irrupción del concepto de Inteligencia Artificial, basada en técnicas



que ya venían estando presentes en las organizaciones desde hace tiempo como la automatización y el Machine Learning, no ha hecho sino despertar nuevas oportunidades para efficientar procesos que, en ocasiones, deslumbra a los responsables de negocio. No obstante, hay que dar primero pasos pequeños, demostrando su valor, sobre los que construir algo más grande.

“La IA no es un cambio en la industria, sino de cómo trabajamos con los datos. La oportunidad está en ver la inteligencia artificial como una palanca para la digitalización de los procesos de negocio, sobre todo los transversales. En nuestro caso -señaló Jorge Valero Elías, Director de Aplicaciones y Datos de la promotora inmobiliaria [Aedas Homes](#)- vamos despacio, digitalizando procesos y construyendo un ecosistema tecnológico para poder escalarlo. Contamos con el respaldo de la dirección y todos los proyectos, cerca de 80 en este momento, van acompañados de métricas de negocio. Es una revolución de cuello blanco, pero hay que ver el coste y la rentabilidad”.

Desde el punto de vista de Joan Barceló, CIO del grupo turístico [World2meet](#), “hay que empezar a diferenciar entre tecnologías como

machine learning, automatización, IA e IA generativa. Además, hay muchos elementos a tener en cuenta, como la privacidad, la regulación, la ética o los costes. De todas formas, no solo es un tema de ROI, sino de competitividad de las empresas que

usan una herramienta como Copilot. Hemos creado una unidad de IA y automatización de procesos, y separamos entre la eficiencia de la automatización y el uso de la IA como un asistente para los empleados. De momento, la IA Generativa la hemos

usado tanto en equipos de programación (copilot) como en pruebas de concepto en áreas de negocio, y como vemos que el resultado es bueno, estamos explorando cómo extenderlo. Tenemos que ver la inteligencia artificial como un asistente,



ENCUENTRO IT USER >> En una nueva edición de los Encuentros de la Comunidad IT User Tech&Business hablamos de la llegada de la IA a las empresas españolas, así como de los retos y oportunidades que genera. Participaron Aedas Homes, Dominion Global, Fundación ONCE, Grupo ASV, Grupo Ubesol, Mapfre, Minsait, Tecnatom y World2meet (Grupo Iberostar). Workday apoyó este encuentro, cuyas conclusiones puedes ver en el vídeo.

“ LA OPORTUNIDAD ESTÁ EN VER LA IA COMO UNA PALANCA PARA LA DIGITALIZACIÓN DE LOS PROCESOS DE NEGOCIO, SOBRE TODO LOS TRANSVERSALES ”

JORGE VALERO ELÍAS,
Director de Aplicaciones y Datos de **Aedas Homes**

pero asegurándonos de la calidad de la información que empleamos, por lo que hay que trabajar mucho con los datos para prepararlos”.

Para [Minsait](#), Jorge Martos Pardo, Responsable de Desarrollo de Negocio en IA, apuntó que “vemos son dos tipos de empresas en su viaje a la IA las que quieren avanzar en esta línea y las que se sienten obligadas. Los primeros tienen un plan definido, mientras que los segundos están pensando, principalmente, en



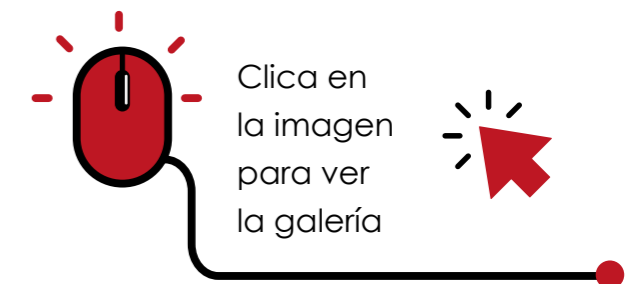
la inteligencia artificial generativa, y necesitan determinar un caso de uso rápidamente para encontrar el respaldo interno necesario. A nivel interno, estamos testando la generación de código por IA en nuestros propios equipos de desarrollo antes de llevarlo a los clientes, integrando modelos LLM en nuestras plataformas”.

En el caso de la ingeniería [Tecnatom](#), Francisco José González Infantes, Head of Innovation and Digital Development, señaló que “estamos

“ NO ES LO MISMO EL USO PERSONAL DE LA IA QUE SU DESPLIEGUE EN LA EMPRESA, QUE DEBE IR ACOMPAÑADO POR UN ROI ESPECÍFICO ”

JESÚS GORGOSO DE LA PEÑA,
Director Open Technologies de **Dominion Global**

trabajando con operadores de campo y el reto es ver cómo la IA aporta valor a estas personas y sus procesos. Puedes tener, además, personal no familiarizado con el entorno digital, pero el uso con foco en la interacción hombre/máquina nos está ayudando mucho. Sea cual sea el uso, el valor de los datos es clave y, como tecnologías hay muchas, y cada vez más rápidas, lo fundamental es elegir bien los casos de uso, pero a futuro el cambio va a ser brutal”.



Para Jesús Gorgoso de la Peña, Director Open Technologies de la compañía de servicios [Dominion Global](#), “vemos solo la punta del iceberg, pero hay mucho por hacer. No es lo mismo el uso personal de la IA que su despliegue en la empresa, que debe ir acompañado por un ROI específico. Nosotros acompañamos a nuestros clientes con la inteligencia artificial a partir de sus datos, algo parecido a lo que hemos hecho estos años con machine lear-

“ HAY MUCHAS
TECNOLOGÍAS
ANTERIORES QUE AHORA
RENOMBAMOS COMO
IA, PERO HAY QUE TENER
MUY CLARO CÓMO
APROVECHARLA PARA EL
NEGOCIO Y LA TOMA DE
DECISIONES ”

BORJA GARCÍA RUBIO,
Gerente IT de **Fundación ONCE**

ning, así que no es algo nuevo. Estamos definiendo casos de uso quizá menos glamurosos, pero que optimizan procesos concretos en base a datos, lo que se transforma en productividad y genera un impacto en el negocio. Porque son herramientas de negocio que atacan procesos las que se deben mejorar para provocar ahorros. Con todo, el reto es interesante, pero habrá que echar el freno un poco hasta que esté clara la legislación”.



LA ENTRADA DE LA IA GENERATIVA

2023 puede considerarse como el año en el que la Inteligencia Artificial empezó a estar en boca de todas las organizaciones, más si cabe con la llegada de Copilot de Microsoft, disponible para determinados clientes y volúmenes de licencias.

Es el caso de la aseguradora [Mapfre](#); Patricia Mochales Sen, Directora de Tecnología, Soporte a negocio y calidad, explicaba que “hemos empe-

“ TENEMOS QUE
DEFINIR O IDENTIFICAR
CASOS DE USO, Y
ENCONTRAR EL ROI
QUE PERMITA
DESARROLLARLOS ”

MARIO DE FELIPE PÉREZ,
Director de Innovación y
Transformación de **Grupo ASV**



zado a usar la IA generativa y Copilot. Estamos identificado casos de uso con métricas para que seamos capaces de medir el ROI y asegurarnos de que es el adecuado. Con todo, la gestión del cambio no está siendo sencilla, pero hemos de entender que la inteligencia artificial es un elemento de soporte para las personas, no un sustituto de sus funciones”.

También lo utilizan en Fundación [ONCE](#). Borja García Rubio, Gerente IT indicó que trabajan con IA, “por una

parte desplegando Copilot en toda la organización, y por otra, con modelos específicos para mejorar la eficiencia de la operativa interna. Ahora bien, debes elegir bien el partner para garantizar la privacidad de la información, ya que el combustible de la IA son los datos, que deben ser correctos y adecuados”.

DETECTAR LOS CASOS DE USO

Destacó Mauro Cardona Vilaplana, CIO del [Grupo Ubesol](#), entidad

“ LO IMPORTANTE SON LOS PROCESOS Y LOS DATOS, ASÍ COMO LOS RESPONSABLES DE AMBOS, Y SI ALGO FALLA, EL RESULTADO NO SERÁ CORRECTO ”

MAURO CARDONA VILAPLANA,
CIO de **Grupo Ubesol**

formada por Ubesol y Laboratorios Maverick, especialista en el desarrollo y fabricación de productos para el cuidado personal y del hogar, que “estamos viviendo un momento muy interesante. Lo importante son los procesos y los datos, así como los responsables de ambos, y si algo falla, el resultado no será correcto. Si la base es mala, la IA también, pero en realidad no es un problema de la inteligencia artificial. Desde hace tiempo usamos la IA en las



Clica en la imagen para ver la galería

plantas, pero ahora contamos con una persona especialista para ayudarnos a identificar casos de uso. La inteligencia artificial ha generado una revolución en el interés de las personas, y hay que ver cómo evoluciona, pero no podemos olvidar que no hay ninguna otra tecnología que haya evolucionado tanto en tan poco tiempo”.

Desde [Grupo ASV](#), que aglutina negocios de transporte sanitario, seguros y servicios, su director de In-

“ ESTAMOS IDENTIFICANDO CASOS DE USO CON MÉTRICAS PARA QUE SEAMOS CAPACES DE MEDIR EL ROI Y ASEGURARNOS DE QUE ES EL ADECUADO ”

PATRICIA MOCHALES SEN,
Directora de Tecnología, Soporte a negocio y calidad de **Mapfre**

novación y Transformación, Mario de Felipe, explicó que “somos una pyme grande, y tenemos problemas específicos. Salvo en la línea aseguradora, donde estamos implementando los casos de uso típicos, en el resto no es sencillo identificarlos o encontrar el ROI que permita desarrollarlos. Tenemos que seguir trabajando en ello, pero desde TI e innovación tenemos que asegurarnos de mantener controladas las expectativas del comité de dirección, aunque, de momento



Clica en la imagen para ver la galería

no tenemos una línea de IA en nuestro plan estratégico, y nos encontramos con áreas que lo demandan y otras que lo rechazan. Y ese es otro gran reto”.

EL CAMBIO CULTURAL DE LA IA
Además de la calidad de los datos y las regulaciones, la introducción de la IA en las organizaciones supone un gran cambio para las personas, pudiendo provocar una doble reacción: bienvenida al percatarse de

“ LA IA NO VA A RESOLVER TODOS LOS PROBLEMAS, PERO LOS MODELOS LLM NOS DAN ENTENDIMIENTO DEL CONTEXTO, ALGO QUE MACHINE LEARNING NO OFRECÍA ”

JORGE MARTOS PARDO,
Responsable de Desarrollo de Negocio en IA de **Minsait**

los beneficios obtenidos o rechazo y temor a ser sustituidos por esta tecnología.

En opinión de Francisco José González Infantes (Tecnatom), “la IA se verá favorecido por el uso personal de las tecnologías digitales, que se trasladará a su empleo por parte de las compañías”.

Algo que no siempre es positivo, porque como destacaba Jorge Valero Elías (Aedas Homes), “puede crear un problema de expectativas en los comités de dirección, porque



una cosa es el uso de la IA general y otra su aplicación concreta para cada negocio”.

“Tenemos que aprender a usar esta tecnología y preparar a la gente, en entornos controlados, para aprovechar y potenciar sus capacidades. Hemos de apoyarnos en un entorno y talento propio para desarrollar el modelo válido en cada caso. Quizá no es el año de los logros, sino del cambio de la mentalidad”, aportó Jorge Martos Pardo (Minsait). Desde World2meet, Joan Barceló agregó

“ EN NUESTRO CASO, NOS PIDEN MÁS VELOCIDAD Y FACILIDAD DE USO, ASÍ QUE VEMOS UN NICHOS DE APLICACIÓN CLARO: EL DESARROLLO ”

FRANCISCO JOSÉ GONZÁLEZ INFANTES,
Head of Innovation and Digital Development de **Tecnatom**

que “los responsables de TI tenemos la obligación de marcar el ritmo y la dirección correcta. De nuestro departamento nació una iniciativa de concienciación, sobre todo para los cargos directivos, y el resto de la organización. Pero hay que dejar claro que la información debe estar protegida y catalogada perfectamente para que sea útil y eficiente”.

En el caso de Mapfre, “hemos creado una red de cambio, incorporando a otros departamentos, para ir fomentando el buen uso de la IA.



Les enseñamos la capacidad real de la inteligencia artificial, mezclándolo con Copilot, porque hay que saber usarla y cambiar la forma de trabajar. Estamos trabajando, de momento, de forma interna, porque tenemos un equipo muy potente de perfiles especializados”, recaló Patricia Mochales Sen.

ESPECIALIZACIÓN EN IA DE LOS PERFILES TI

La necesidad de talento tecnológico en las organizaciones es un problema

“ LA SUMA DE CAMBIO, CONOCIMIENTO Y VALOR DEFINE A LA INNOVACIÓN, PORQUE, SI NO, NO LO ES ”

JOAN BARCELÓ,
Corporate CIO de **World2meet**



“ LA ADOPCIÓN DE LA IA TIENE QUE ESTAR SOPORTADA POR UN CASO CLARO DE NEGOCIO QUE JUSTIFIQUE LAS INVERSIONES ”

ALEJANDRO MARTOS,
Regional Sales Director de **Workday**



acuciante, más si cabe si lo que se busca es un perfil especializado en Inteligencia Artificial, aunque sea la tecnología de moda. “La competencia es muy fuerte”, destacó Mario De

Felipe Pérez (Grupo ASV), para quien está resultando complicado encontrar este perfil. Lo han logrado en Grupo Ubesol: “hemos incorporado una persona para IA, y nos ha costado mucho esfuerzo. El ecosistema formativo todavía no está preparado”, planteó Mauro Cardona Vilaplana.



Coincidió con él Jesús Gorgoso de la Peña (Dominion Global) al indicar que “es muy difícil. Estamos buscando una persona de este perfil y no la encontramos. La universidad

tiene un concepto demasiado purista de la IA y no es lo que necesitamos las empresas”.

La opción de Fundación ONCE es, como señaló Borja García Rubio, “un modelo híbrido, incrementando las capacidades de los recursos internos y apalancándonos en proveedores externos, pero sin dejar en sus manos el control total del proyecto”.

En este sentido, Alejandro Martos (Workday), apuntó que “las empresas deben trabajar en un modelo de skills. Requiere una gestión compleja, y podemos aprovechar la IA para ello. Nosotros ayudamos a las empresas en la gestión de sus skills, tanto para el presente como en función de la línea que tome el negocio en el futuro”. ■

MÁS INFO +

» [Retos y oportunidades de la inteligencia artificial en la empresa española](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES

RESPONDIENDO A LOS RETOS DEL SECTOR

ALEJANDRO MARTOS, REGIONAL SALES DIRECTOR DE WORKDAY

“Incorporamos la IA en un software empresarial que soporta procesos de negocio”

Alejandro Martos, Regional Sales Director de Workday, proveedor estadounidense de software basado en la nube para gestión financiera y gestión del capital humano, destacó que “viendo el uso que las empresas están haciendo de la inteligencia artificial, podemos asegurar que 2023 será visto como un punto de inflexión en la adopción de las tecnologías inteligentes, en especial la IA”.

En el caso de Workday, “incorporamos la IA en un software empresarial que soporta procesos de negocio. Llevamos más de diez años implementando la inteligencia artificial en nuestra plataforma de gestión de Recursos Humanos y finanzas, y en las últimas actualizaciones hemos ido reforzando ese compromiso. Creemos en el valor de los datos y



sólo implementamos la IA en nuestra plataforma, generando casos de uso a partir de las necesidades de los usuarios. La adopción de la IA tiene que estar soportada por un caso claro de negocio que justifique las inversiones, y que aporte una

ventaja competitiva basada en mejoras de productividad y eficiencia o en ahorro de recursos, y basarse en modelos que apoyen este incremento de los ingresos o potencien la relación con sus clientes”.

El sistema de finanzas, RRHH y planificación para un mundo en transformación.

En un mundo en continua transformación necesitas sistemas que te permitan afrontar nuevos retos, evolucionar y crecer. Y aunque nadie sabe exactamente lo que le deparará el futuro a tu empresa, sabemos quién es el socio y el sistema de gestión que te van a ayudar a conseguir tus objetivos.

Workday. Para un mundo en transformación.



Para más información: workday.com/es-es

© 2021 Workday, Inc. Todos los derechos reservados. Workday, el logo de Workday y “Workday. Para un mundo en transformación” son marcas comerciales de Workday, Inc., registradas en EE. UU. y en otros países.

