

Sessió 'Plataformes digitals i el repte de la desintermediació en la indústria'  
Dieter Becker, Julio Rodríguez, Fabian Simmer i Xavier Torra  
XXXV Reunió Cercle d'Economia  
31/05/2019

**Fabian Simmer (Seat):** *"Els fabricants de cotxes no ens podem permetre perdre centenars de milions com les startups, però hem de ser agents de canvi en l'àmbit de la mobilitat"*

El moderador de la sessió, Xavier Torra, president de Eurecat, va apuntar en el seu parlament de benvinguda que la digitalització "ha impactat de forma important en les empreses industrials, però també en la seva logística o en els seus canals de distribució", la qual cosa ha provocat una completa redefinició d'uns models de negoci que avui fan bé a prestar atenció "a la sensorització, a la rapidesa en la transmissió de dades o a les capacitats dels últims models de processadors i memòries".

## **La indústria necessita col·laborar amb altres sectors a través de plataformes úniques**

A continuació, Dieter Becker, Global, EMA and German Chair of KPMG 's Automotive Practice, va afirmar que la indústria ja no pot limitar-se a "fabricar un producte", sinó que ha d'entendre "les forces de gravetat i tracció a les que la sotmet el mercat".

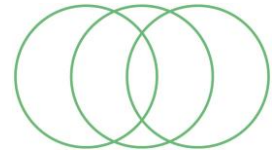
Aquest canvi passa, per exemple, per "deixar de pensar únicament en el valor dels seus productes, per fer-ho també en els seus clients i en si estan complint les seves expectatives". I, sovint, complir o satisfer aquestes expectatives requereix afavorir entorns col·laboratius, en els que la indústria "es doni la mà amb els serveis financers, amb la logística i fins i tot amb l'entreteniment", de manera que tots es presentin davant del consumidor "a través d'una plataforma única".

---

Dieter Becker (KPMG): *"El nou paradigma industrial requereix incorporar a la conversa a nous actors, com els agregadors o els assistents virtuals, i prestar atenció a nous reptes, perquè, per exemple, als consumidors cada vegada els preocupa més la seguretat del que compren"*

---

Finalment, Becker ha apuntat que Europa ha d'entendre quina és la seva posició en aquest nou terreny de joc per poder tenir-hi un paper determinant. I aquest enteniment passa per constatar, per exemple "que en el sector dels microxips hi ha al món 20 actors: els dos primers, basats en Estats Units i la Xina, facturen cadascun 60.000 milions de dòlars; el



tercer, quart i cinquè són en canvi europeus, però les seves vendes se situen per sota dels 6.000".

## **El paper de la realitat virtual, la impressió 3D o la conducció autònoma en el futur del sector del ciment**

A continuació, Julio Rodríguez, CEO del Grupo Cementos Molins, ha apuntat que les dues etapes de la seva carrera professional li han permès observar l'actual moment de canvi, que imparteix sobretot que "avui la meitat de la població mundial estigui connectada mitjançant dispositius intel·ligents", des d'una doble perspectiva.

En el seu antic paper en una empresa de solucions de protecció i automatització elèctrica, sí que va veure com aquest nou món digital "canviava models de negoci sencers", mentre que al capdavant del Grup Cementos Molins, i malgrat que el mercat presta cada vegada més atenció a "la tecnologia en els processos de fabricació i distribució", l'impacte de la digitalització en el negoci "encara no és molt significatiu".

Malgrat això, la companyia es troba immersa en la recta final del projecte per a l'obertura d'una nova planta a Colòmbia i, en tant que aquesta té prevista una vida útil de 30 anys, en la seva concepció s'ha tingut en compte "quins impactes futurs pot tenir en la tecnologia en el sector del ciment".

D'entre aquests, Rodríguez va apuntar que la intel·ligència artificial, "entesa com la capacitat d'autoaprenentatge profund de les màquines" ha de tenir un paper cada vegada més important "en el manteniment predictiu de les nostres fàbriques per tornar-les més rendibles", i que la sensorització "també permetrà una baixada de costos exponencial en la nostra activitat".

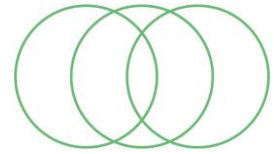
---

**Julio Rodríguez (Grupo Cementos Molins): *"L'eficiència energètica serà cada vegada més important per al sector del ciment no només per una lògica de costos, sinó també perquè ens permetrà pujar-nos al tren de l'economia circular mitjançant la reutilització de materials que, d'una altra manera, acabarien a l'abocador"***

---

Rodríguez va aventurar també un paper cada vegada més important en el seu sector de la realitat virtual, la tecnologia GPS al servei de les flotes i la impressió 3D, que "en deu anys podria permetre al sector del ciment imprimir l'estructura d'una casa".

I, finalment, va presagiar un paper protagonista al vehicle autònom, "que pot marcar un abans i un després en una indústria en què els costos logístics suposen entre un 10 i un 15% del total", i del que va definir com "productes intel·ligents" -per exemple, un formigó que, mitjançant sensors, "permeti mesurar de forma precisa el temps d'enduriment", o que, gràcies a la



introducció de nanotubs de carboni, "puguin transmetre l'estat d'una estructura i permetre un manteniment predictiu de la mateixa".

## **Els reptes d'un fabricant de cotxes en un món en què la gent ha deixat de prioritzar tenir un vehicle en propietat**

El tercer i últim ponent de la sessió, Fabian Simmer, Digital Officer de Seat, va afirmar portar tres anys dedicat a la transformació digital de la companyia, "no per amor a l'art, sinó després d'escoltar els consumidors de l'empresa del grup Volkswagen amb els clients més joves": en molts casos, 10 anys per sota dels de la resta de les seves marques.

Aquests joves segueixen prioritzant la seguretat a l'hora de triar un vehicle, "però un 73% col·loca just per darrere en el seu ordre de prioritats la connectivitat", de manera que aquesta és una altra qüestió que Seat ha de tenir en compte.

No obstant això, per Simmer, el missatge més rellevant de part d'aquests clients té a veure amb "com enfoquen en general la seva mobilitat". En un context en què utilitzem el cotxe un 4% del temps i en el qual el 96% restant "el tenim aparcats sense deixar de pagar pàrquings, assegurances, etcètera", la gent ha deixat de prioritzar el fet de tenir un cotxe de propietat.

---

**Fabian Simmer (Seat): "Seat ha decidit inspirar la seva digitalització en un acrònim encunyat per Daimler: C.A.S.E., que fixa com a prioritats la Connectivitat, la conducció Autònoma, els Serveis i la Electrificació"**

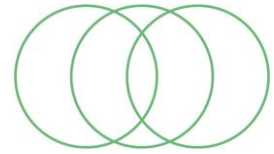
---

En referència a com enfoca Seat el repte de la connectivitat, Simmer ha apuntat que la companyia ha optat per "democratitzar i obrir el nostre ecosistema". En lloc de desenvolupar el seu propi sistema de navegació, per exemple, ha decidit "integrar sistemes de tercers, com Waze (Google), Alexa (Amazon) o Shazam".

Quant als serveis de mobilitat, Simmer va apuntar que "són un tema complicat, perquè l'usuari no es planteja pagar-los, ja que disposa d'ells de forma gratuïta a través dels seus telèfons mòbils".

En canvi, en l'apartat del *car sharing*, Seat sí que ha fet una aposta important "a través d'una empresa creada amb aquesta finalitat", però des de la profunda presa de consciència que "un gran fabricant no pot competir amb startups de *ride-hailing* a les quals el *private equity* permet perdre 900 milions de dòlars a l'any".

Aquesta certesa ha conduït de fet a Seat a participar d'aquesta revolució des d'un altre costat: "el de la micro mobilitat, amb productes d'última milla o per a distàncies curtes, que prenen consciència que avui dia el 60% dels viatges que realitzem a ciutat cobreixen distàncies d'entre 1 i 8 quilòmetres amb taxes d'ocupació de 1,2 persones per vehicle". Això ha provocat, per exemple, l'entrada de Seat "en els segments dels patinets elèctrics (EXS) o dels micro vehicles (Minimó)".



## **La cohabitació de vells i nous actors i els reptes de mobilitat de Barcelona**

A l'espai dedicat al debat, Dieter Becker va assenyalar que "les empreses tecnològiques de l'àmbit de la mobilitat no solen ser rendibles durant els seus primers cinc anys", de manera que "no treballen per diners, sinó per realitzar la seva visió de crear autèntiques plataformes". Per al ponent, les empreses d'automoció han de prestar atenció i pujar a aquest tren per no caure en l'obsolescència, "perquè avui les grans tecnològiques ja tenen capitalitzacions 10 vegades més grans a les del conjunt de les grans companyies automobilístiques".

Aquest canvi de mentalitat passa, segons Becker, "per deixar de pensar que les empreses d'automoció només competeixen entre elles", per entendre, en canvi, "la imperativa necessitat de col·laborar amb empreses de serveis financers, logística o, fins i tot, entreteniment".

Al fil d'una altra pregunta sobre els reptes de mobilitat de Barcelona, Fabian Simmer va considerar que la ciutat ha fet una bona feina en la matèria, però que "segueix presentant una de les tres densitats de població per quilòmetre quadrat més grans d'Europa", i, per tant, "hauria d'acompanyar la introducció de vehicles més petits, tant des de la regulació com participant activament en fomentar el seu ús".