

## ENTREVISTA

JOSÉ MARÍA ORTIZ DIRECTOR DE ORGANIZACIÓN Y SISTEMAS DE GRUPO NORTE

# “Grupo Norte ha dado el salto digital en 18 meses”

La empresa de servicios acomete más de ochenta proyectos tecnológicos en distintas áreas para ganar eficiencia en su negocio y poder impulsar la innovación en su oferta comercial. **Por M. Prieto (Madrid)**

Hace más de año y medio, Grupo Norte abordó una reorientación de su estrategia como compañía proveedora de servicios a empresas. Con el convencimiento de que el modelo tradicional estaba agotado, el grupo presidido por José Rolando Álvarez acometió una reinención cultural, de procesos y herramientas tecnológicas que empieza a dar sus frutos.

“Si prestas un servicio de poco valor los márgenes cada vez son menores, hasta el punto de que te pueden sacar del mercado. Por eso estábamos obligados a repensar nuestra oferta, algo que no se puede hacer sin una apuesta decidida por la innovación y la tecnología”, explica José María Ortiz, director de Organización y Sistemas de Grupo Norte.

Con 12.500 empleados, 1.700 clientes y 230 millones de euros de facturación, Grupo Norte ofrece más de una veintena de servicios en cinco grandes áreas de actividad: *facility* (limpieza, seguridad, jardinería, etc.), soluciones de Recursos Humanos (empresa de trabajo temporal, recolocación, formación), *outsourcing* (por ejemplo, logística e industrial), servicios sociales y correduría de servicios.

Ortiz está convencido de que en la reinención de la compañía hay dos palancas clave: la innovación en la propuesta de valor del cliente y la tecnología.

El director de Organización y Sistemas de Grupo Norte reconoce que la compañía ha acometido con cierto retraso su modernización tecnológica. “Durante la crisis tocó gestionar el negocio con prudencia, buscando la eficiencia pero sin abordar gran-



**JOSÉ MARÍA ORTIZ**

Director de Organización y Sistemas del Grupo Norte

El responsable de impulsar la digitalización de Grupo Norte es ingeniero industrial y ha cursado un MBA y un máster en gestión de sistemas integrados. Además de abordar la mejora de procesos organizativos de la compañía, es el máximo responsable del área tecnológica. Depende directamente de presidencia.

des inversiones externas. Pero no basta con ser austeros, la batalla a largo plazo se libra en términos de innovación”, explica.

#### Colaboración

La transformación digital de Grupo Norte se ha construido sobre la base de las ideas de una docena de grupos de trabajo en los que 80 profesionales del grupo han aportado propuestas sobre los proyectos que se deberían acometer. De ahí han salido las más de 80 iniciativas que se han llevado a cabo en el último año y medio. Sólo en los últimos nueve meses, el coste de los proyectos asciende a 1,5 millones de euros.



#### ACCIONES

### La reinención del negocio

- **Cambio estratégico.** La digitalización del Grupo Norte se enmarca en una reorientación del modelo de negocio de servicios a empresas.
- **Pilotar el cambio.** El Departamento de Organización y Sistemas ha sido el encargado de impulsar la digitalización.
- **Áreas prioritarias.** La compañía está abordando proyectos en el área de 'big data', mejora del servicio al cliente, eficiencia interna y oficina digital.

“Hemos pasado de una situación de atraso a otra de modernidad digital en un plazo de 18 meses. El objetivo no es sólo ganar eficiencia, sino prestar a los clientes un servicio innovador”, explica Ortiz.

El departamento de Organización y Sistemas que dirige Ortiz pilota la transformación digital, dependiendo directamente de presidencia. “La digitalización se acomete porque hay detrás una transformación estratégica de la empresa. Nuestra misión es articular el cambio en toda la organización, para tener éxito se tienen que implicar todas las áreas”, insiste Ortiz.

El directivo defiende lo acertado de contar con un de-

partamento que englobe organización y tecnología. “Analizamos todos los procesos para detectar ineficiencias: algunas se corrigen mediante reingeniería de procesos y en otras es necesario un cambio tecnológico”, apunta.

Desde este punto de vista tecnológico, la digitalización de Grupo Norte se vehicula a través de cuatro grandes ejes. Por una parte, para la compañía es estratégico todo lo relacionado con el manejo de los datos. De ahí la apuesta por el *big data* y las herramientas de *business intelligence*, para lo que han confiado en tecnología Oracle.

“Ahora, toda la información de gestión de la empresa

está en manos de la persona adecuada en tiempo real. Hacer informes a mes vencido para enviarlos al interesado ha pasado a la historia”, explica Ortiz. Por ejemplo, los gestores de clientes tienen en sus dispositivos móviles en tiempo real todos los indicadores necesarios para saber qué ocurre en la empresa que gestionan.

El segundo gran eje vertebrador de la digitalización del grupo se configura situando al cliente en el centro de la estrategia. Para ello, la compañía ha adoptado soluciones que mejoran el servicio, apoyándose en nuevas herramientas para comerciales, control de productividad o movilidad, entre otras.

#### Desde la tableta

Todos los trabajadores de campo (comerciales, gerentes de operaciones y encargados de servicios) están dotados de *smartphones* y tabletas desde las que pueden acceder a las aplicaciones corporativas. “Por ejemplo, un gestor de personas en un contrato de limpieza puede ver en su tableta el contrato con el cliente, el convenio que aplica, gestionar altas y bajas de trabajadores, conocer posibles quejas, etc. De esta forma, les liberamos de trabajo de oficina para que estén el 90% del tiempo con el cliente”, ejemplifica Ortiz.

En esta línea, la tecnología ofrece a Grupo Norte la posibilidad de implantar herra-

“  
**No basta con ser austeros, la batalla a largo plazo se libra en términos de innovación**  
**Para tener éxito, hay que abordar la transformación en todas las áreas de la organización**

“  
**Los profesionales están el 90% del tiempo con el cliente gracias a la tecnología móvil**

mientas de control de productividad. “Si queremos facturar a nuestros clientes en función de la productividad y no por hora trabajada, tenemos que medir muy bien esta variable para ser más eficientes”, explica el ejecutivo.

Asimismo, el departamento de innovación se apoya en innovadoras herramientas de simulación para generar escenarios a medio y largo plazo con la evolución de los costes del servicio y poder ajustar mejor en sus propuestas comerciales.

Otra de las líneas de actualización pasa por el empleo de la tecnología para mejorar la eficiencia interna aplicando, por ejemplo, automatizaciones en flujos de trabajo como puede ser dar de alta a un trabajador. “En nuestra empresa hay 50.000 altas al año, por lo que se puede ganar mucha eficiencia”, explica Ortiz.

Por último, la compañía de servicios está abordando la implantación de una oficina digital en sus relaciones con los clientes, proveedores y trabajadores.

#### LOS DATOS

**12.500**  
empleados

Por la naturaleza de su negocio de servicios a empresas, en Grupo Norte la tecnología es clave en la gestión de los recursos humanos.

**1.700**  
clientes

La compañía factura 230 millones de euros, y cuenta con clientes como Inditex, Carrefour, Pascual, Renfe, Correos, Aena e Iberdrola.



## TENDENCIAS



# NH suma los hologramas a su oferta tecnológica

El grupo es pionero en el uso de la telepresencia holográfica, que ya ha incorporado a cinco de sus hoteles. **Por J.G.F. (Madrid)**

Las reuniones del futuro se podrán hacer sin salir del hotel gracias a los sistemas de telepresencia holográfica que NH Hotel Group ha comenzado a implantar en sus establecimientos. Esta tecnología permite conectar múltiples localizaciones en tiempo real a través de hologramas en tres dimensiones. “Imagina un caso en el que el CEO de una compañía no puede dar un discurso en Madrid porque está de viaje en Los Ángeles. A través de la telepresencia holográfica puede pronunciar el discurso desde allí y el público verlo aquí como si realmente estuviera delante de ellos”, explica Juan Antonio Caballero, técnico especializado en tecnología holográfica de NH Hotel Group. Y añade: “También cabe la posibilidad de que esa persona no pueda pronunciar el discurso en directo por la diferencia horaria. En ese caso, el sistema permite grabar el contenido y reproducirlo tantas veces como sea necesario”.

Se trata de una tecnología pionera en Europa que la cadena hotelera pone a disposición de sus clientes para realizar desde presentaciones comerciales de productos a encuentros corporativos. “Tenemos de todo. Desde clientes corporativos que nos contactan para organizar encuentros de empresa a otros que bus-

**Es el primer grupo hotelero de Europa que pone esta solución a disposición de sus clientes**

**NH Hotel Group prevé instalar este sistema en otros nueve establecimientos en España y el extranjero**

can presentar un producto en un evento de alto impacto”, indica Caballero.

#### Hugh Jackman

Impacto fue precisamente lo que buscaba Sony Pictures cuando el año pasado decidió organizar la primera rueda de prensa holográfica de la historia del cine con motivo de la presentación de la película *Chappie*, protagonizada por Hugh Jackman. Los periodistas, congregados en el NH Collection Eurobuilding de Madrid, pudieron preguntar e interactuar con el actor australiano, que se encontraba en el establecimiento de la firma en Berlín, en tiempo real.

Pero, ¿cómo funciona exactamente la holografía? Se trata de una técnica fotográfica que permite obtener una imagen con un efecto óptico tridi-

mensional mediante una proyección. Dicha proyección se lanza contra una pantalla en el suelo cuya imagen se refleja sobre un cristal transparente, inclinado a 45 grados, que simula el contorno de los objetos. En realidad, explica Caballero, no deja de ser “una proyección plana que, con la iluminación adecuada y colocando elementos con volumen en el escenario, aparenta ser en 3D”.

#### Más hoteles

Por el momento, NH Hotel Group ha incorporado la telepresencia holográfica en cinco de sus hoteles: NH Collection Madrid Eurobuilding, NH Collection Barcelona Constanza, nhow Berlín, nhow Milano y NH Noordwijk Conference Centre Leeuwenhorst, cerca de Amsterdam. Aunque está previsto que en los próximos meses la lista se amplíe con la incorporación de otros nueve establecimientos nacionales e internacionales, completando así una de las ofertas tecnológicas más potentes del sector hotelero. Cabe recordar que en 2014 la compañía ya instaló en su establecimiento insignia de Madrid la cúpula led más grande de Europa. Una bóveda de 400 metros cuadrados, y 2,2 millones de luces led que permite reproducir imágenes y sonido.