

DAVID DE PASTORS

DIRECTOR DE LA UNIDAD ESTRATÉGICA
DE NEGOCIO DE EVALUACIÓN DE LA
CONFORMIDAD DE AENOR



Foro de Marcas
Renombradas
Españolas

Álvaro Ruiz de Velasco

LAS MARCAS SON LA IMAGEN DE UN PAÍS, YA QUE CONSTITUYEN UN FACTOR DE GRAN RELEVANCIA PARA MEDIR LA SALUD Y LA COMPETITIVIDAD DE UNA ECONOMÍA. DESDE SU CREACIÓN EN 1999, EL FORO DE MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑOLAS (FMRE) TRABAJA PARA DEFENDER ESA IMPORTANCIA DE LA MARCA Y DE LA INTERNACIONALIZACIÓN PARA NUESTRAS EMPRESAS.



“Contribuimos a mejorar la marca España y ésta nos ayuda a mejorar nuestra reputación y trayectoria”

¿Qué supone para AENOR estar dentro del foro de marcas renombradas?

AENOR es una compañía que encaja perfectamente en el concepto de marca renombrada española; de hecho, nuestra notoriedad es uno de los elementos diferenciales de AENOR.

El 78 % de la población española conoce AENOR y la asocia con valores positivos como la calidad o como la eficiencia. Es una compañía que, por la presencia y por la credibilidad que tiene en la población desde hace 40 años, ha construido una imagen de marca en el imaginario general español, ya no solamente a nivel de las compañías, sino en general. Esa potencia, la ponemos al servicio de nuestros clientes, que utilizan nuestra marca para transmitir mensajes a sus mercados,

punto de entrar en la Unión Europea con toda la competencia que ello suponía para los productos españoles. Había que garantizar que eran productos que cumplían con los estándares en términos de calidad, y según ha pasado el tiempo, esta necesidad no ha cambiado, solo ha evolucionado y nosotros con ella.

Actualmente estamos en el mundo de los valores, y el propósito de AENOR es contribuir a la transformación de la sociedad generando confianza entre organizaciones y personas. Operamos principalmente con base de clientes en España, pero crece año a año el porcentaje de nuestra facturación que proviene de nuestras sociedades en otros países. En términos de soluciones, la actividad de AENOR cada vez se expande

titivamente a través de la digitalización?

La digitalización está en el corazón de nuestra actividad y sobre todo en el corazón de nuestra innovación.

Actualmente estamos cubriendo campos muy diversos que van desde la calidad del software y su accesibilidad, hasta aspectos relacionados con los procesos vinculados a los proveedores o la ciberseguridad. Aquí, somos la primera certificadora en soluciones como la ISO 27001 de Sistema de Gestión de la Información o el Esquema Nacional de Seguridad (ENS).

Como paraguas general para todas las soluciones IT, trabajamos para la incorporación de valores a la hora de utilizar determinadas soluciones de tecnología. Por ejemplo, en la aplicación de diversos algoritmos: ¿son discriminatorios? ¿Qué hacen exactamente y hasta qué punto llegan?

Con la creciente implantación digital y el auge de la inteligencia artificial y conectividad en movilidad, la seguridad es ahora la principal preocupación, similar a lo que ocurrió con la seguridad industrial en el pasado. Tras esta fase inicial de seguridad, veremos un incremento en la exigencia hacia los procesos digitales y en la diferenciación por valores de las empresas netamente digitales.

Otro aspecto, que apela a todas las organizaciones, es la relación entre digitalización y Buen Gobierno. El Gobierno Corporativo tiene un papel vertebrador para hacer que la ESG sea verdaderamente parte del conjunto de la estrategia y la gestión de una compañía; pero para hacerlo realidad necesita de digitalización y de soluciones en las que estamos trabajando. Hay aquí un campo de expansión muy relevante.

“El Gobierno Corporativo tiene un papel vertebrador para hacer que la ESG sea verdaderamente parte del conjunto de la estrategia y la gestión de una compañía”

aunque ya pudieran ser marcas reconocidas en el mundo B2C.

Nos unimos al foro alrededor del 2009 y mantenemos una presencia activa, convencidos del necesario papel que desempeña como promotor del valor de la Marca y de Marca España en particular. Es un entorno en el que la colaboración entre sus miembros; el intercambio de experiencias y conocimiento, aporta un gran valor. Desde luego es un lugar en el que queremos estar.

¿Qué entienden por Marca España?

AENOR se funda 1986 siendo uno de sus objetivos principales contribuir a la construcción de la marca España como asociada a productos y servicios de calidad de cara al exterior, en un momento en el que estábamos a

más no sólo en cuestión de calidad y seguridad, sino especialmente en materias relativas a los valores que la sociedad demanda.

En mercados como el Latinoamericano, para AENOR es un valor ser considerado como marca española y la imagen de rigor y seriedad que comporta. En otros, como el chino, ese prestigio viene como marca española encuadrada en el ámbito europeo. En general, se produce una simbiosis en la que nosotros contribuimos a mejorar la marca España y esta nos ayuda a mejorar nuestra reputación y trayectoria.

La digitalización avanza imparable en todos los estratos de la sociedad ¿Cómo está ayudando AENOR a las empresas a diferenciarse compe-

¿Cómo se está adaptando AENOR a las nuevas demandas de la sociedad a las empresas en materia de sostenibilidad? ¿De qué manera

pueden favorecer al crecimiento empresarial?

En el ámbito del mercado y las tendencias de consumo, la sostenibilidad se ha convertido en un factor clave. Existen datos concretos que sugieren que alrededor del 70 % de la población considera la sostenibilidad como un factor decisivo en el momento de realizar compras o contratar servicios. Sin embargo, aunque este porcentaje es significativo, no se traduce directamente en un consumo 100 % sostenible, aunque es probable que así sea en el futuro.

Uno de los hallazgos más reveladores es que el mercado en su conjunto cree que la responsabilidad principal de la implementación y credibilidad en sostenibilidad recae en las em-

Las soluciones relacionadas con la sostenibilidad social no están tan arraigadas en el mercado, como pueden ser otras relacionadas con el medio ambiente. Por eso, temas como diversidad, inclusión y captación de talento pueden tener un mayor potencial de diferenciación competitiva para las empresas.

Por otra parte, nuestra visión 360° es ESG, pero también integral en cuanto a que debe abarcar a las cadenas de proveedores. Esta visión integral garantiza que las prácticas sostenibles sean genuinas y completas, un aspecto en el que estamos trabajando intensamente, especialmente en lo que respecta a compras sostenibles y cadenas de suministro sostenibles.

“Temas como diversidad, inclusión y captación de talento pueden tener un mayor potencial de diferenciación competitiva para las empresas”

presas. Esta percepción indica que las empresas pueden tener un rol de liderazgo en este aspecto, en ocasiones por encima de gobiernos e instituciones internacionales.

Desde nuestra perspectiva, como organización que trabaja en pro de la transformación de la sociedad, reconocemos ese papel a las empresas. La situación macropolítica global y la transición económica, desde la globalización hacia una regionalización más enfocada, giran alrededor de la sostenibilidad. Esta se está convirtiendo en el principal motor para la reconfiguración de cadenas de proveedores y la reacción empresarial ante las demandas del mercado.

Históricamente, hemos trabajado en asuntos medioambientales, alineados con las tendencias globales. Sin embargo, nuestra visión de la sostenibilidad ahora abarca un enfoque de 360°. Esta perspectiva integral incluye aspectos medioambientales, sociales y de gobernanza.

¿Cuáles son los planes futuros para mejorar y expandir los servicios de certificación, inspección y ensayos de AENOR?

Actualmente, estamos finalizando nuestro nuevo plan estratégico, que se extiende a lo largo de seis años, dividido en dos ciclos de tres años.

Ante la incertidumbre actual, adaptamos nuestra visión a largo plazo, pero con ciclos más cortos de implementación. Uno de nuestros principales objetivos es la innovación, enfocándonos en cómo acompañar y aportar a nuestros clientes en su viaje, brindando soluciones alineadas con tendencias clave como la sostenibilidad y la digitalización.

Mientras España ha sido nuestro referente, y donde hemos avanzado considerablemente, también reconocemos la relevancia de otros mercados, especialmente Latinoamérica. Entendemos que las dinámicas en estos países pueden ser diferentes y anticipamos que ciertas innovaciones

y certificaciones en áreas como seguridad se adoptarán de forma más directa, minimizando pasos previos que se dieron en mercados más maduros en certificación. En este sentido, es esencial considerar las necesidades específicas de otros mercados, como México y Chile, que tienen dinámicas propias.

En resumen, nuestra estrategia se centra en acompañar a los clientes a lo largo de todo su ciclo, adaptándonos a las demandas del mercado y brindando soluciones en función de las principales macro tendencias, no solo en España sino en todos los lugares donde creemos que podemos marcar la diferencia.

¿Qué valoración hace del primer semestre de 2023 y cómo espera que termine este año?

A pesar de las circunstancias macroeconómicas adversas que han afectado a todos, como la inflación, hemos cerrado el ciclo de manera consistente con nuestras expectativas. No sólo hemos alcanzado nuestros objetivos económicos, sino también en la transformación de nuestro negocio y las metas que nos propusimos.

El 2023 ha sido un año positivo, lo cual es llamativo dada la incertidumbre y volatilidad que enfrentamos el año anterior. A pesar de cubrir un amplio espectro de sectores, hemos logrado mantener una buena tendencia a lo largo del año, incluso en el mes de agosto. Esto no sólo se refleja en nuestros resultados económicos, sino también en la demanda de nuestros servicios. Los clientes están dispuestos a innovar, y aunque los proyectos no son extremadamente costosos, se están contratando a buen ritmo.

Pero no podemos ignorar la sensación general de incertidumbre en el mercado. Muchos esperan un revés o “pinchazo de la burbuja”. Sin embargo, hasta ahora, no hemos visto esos impactos negativos en nuestro sector.