



>ALIMENTACIÓN

«Lo que nos ha traído hasta aquí, no nos llevará al siguiente nivel»

Estrella Galicia inaugura su programa de aceleración de 'start ups' y comparte su experiencia como agente comprometido con el campo de la transformación digital. Por **Paula Clemente**

Que todo lo desconectado puede conectarse, y que todo es susceptible de ser revolucionado con nuevas tecnologías y nuevas miradas, lo demuestra lo que está ocurriendo en la industria cervecera. «Puede parecer que el centro es un producto intangible, pero existe una gran cadena de valor detrás: aprovisionamiento de materias primas, almacenaje, transformación, fabricación, distribución, punto de venta... el mercado Horeca, existen muchos ángulos desde donde una compañía de este estilo puede digitalizarse».

Plantea la cuestión el Chief Digital Officer de Estrella Galicia, Juan José Delgado, quien, como tal, se responsabiliza del nuevo proyecto de aceleración de *start ups* de la compañía, The Hop. Algo con mucho sentido desde la óptica desde la cual lo plantean: Estrella Galicia es una *start up* que ilustra el sueño de toda *start up*, que es pasar de empresa pequeña a gran compañía con mucha importancia en el panorama nacional. «Eso queremos aportar a la comunidad», dice el mismo.

The Hop nace, efectivamente, bajo la etiqueta de aceleradora de *start ups*, pero, según cuenta la compañía, es un programa muy diferente a lo que existe en el mercado: se construye como entidad propia («normalmente estas cosas están muy vinculadas a la marca») y la actividad de las *start ups* que participen no tiene porque estar necesariamente relacionada con la cerveza («nos son útiles cosas de fábrica, energía...»).

Ahora, y hasta el 31 de agosto, están centrados en la llamada a

las empresas emergentes que quieran participar; a partir de ahí elegirán a seis proyectos ganadores que recibirán, de entrada, un premio en metálico de 10.000 euros; de ahí les sumergirán en la organización, para que conozcan más a la agencia en general (que tiene más variedad de producto aparte de la cerveza); posteriormente pasarán por una fase de formación, otra fase en la que los elegidos irán a Galicia para ser *galleguizados*, un periodo de mentorización donde grandes directivos contarán su experiencia personal, y, por último, el desembarco en el espacio The Hop, un ecosistema donde se ejecutará el proceso de aceleración como tal.

Todo ello, como parte de un amplio plan de digitalización y la intención de estar al día con las nuevas dinámicas, cosa que arrancó con la llegada de Juan José Delgado a la compañía. «Ignacio Rivera [Consejero Delegado de Hijos de Rivera, compañía detrás de la cerveza Estrella Galicia] se caracteriza por ser una persona bastante visionaria— así lo reflejan los últimos años—, que hizo por entender que lo que les había traído hasta aquí, no sería lo que les llevaría al siguiente nivel», expone Delgado. «Me comentó la posibilidad de venir y ejecutar la transformación digital de la organización, sobre todo para prepararnos para el nuevo contexto en el que nos estamos desenvolviendo».

Actualmente, una de las patas

El Chief Digital Officer de Estrella Galicia, Juan José Delgado.
EL MUNDO



importantes de la organización es entender la digitalización y saber cómo convertir la disrupción tecnológica en una ventaja competitiva. «Se apuesta mucho por la Inteligencia Artificial», especifica el mismo. «Y luego por el marketing digital, queremos entender cada vez mejor al cliente digital y usar las nuevas tecnologías existentes para llegar a él de una forma más rápida y eficiente».

De hecho, parte de su especialización radica en el estudio del comportamiento humano. Una afición que empezó cuando, estudiando un MBA en Londres, tuvo la oportunidad de escuchar y tomarse un café con el fundador de Youtube. Como una de sus inquietudes era el emprendimiento, le preguntó por los orígenes de la exitosa plataforma. Y, sorprendentemente, se encontró con que la historia empezaba con dos ordenadores en su casa y una misera inversión en publicidad.

«El modelo de Youtube es conectar emocionalmente con los usuarios: la gente va a Youtube a compartir las emociones», explica el mismo. «Se habla mucho de la conexión emocional, de tener fans y no clientes, y eso a mí me parecía muy etéreo. Pero él había conseguido ocho millones en dos años. Eso para mí fue una catarsis que originó la inquietud de entender el comportamiento humano». En eso se especializó, en entender cómo navegamos, qué hay tras las identidades virtuales, en cómo nos comportamos en Internet en función de nuestra personalidad.

Y hoy lo sabe: en la transformación digital la clave es este comportamiento humano. «Es muy importante la actitud, la mentalidad que tenga la gente sobre la disrupción digital y la digitalización, porque la transformación digital del tejido empresarial no la van a ejecutar los milenials, será cosa de nuestra generación, la que ahora está en los puestos medios de mando», concluye Delgado. «Y para llevar a cabo esa digitalización no se necesitan habilidades, se necesita mentalidad: una vez estás convencido de que esta es la dirección, el cómo se aprende, está todo en Youtube».