



OFERTA Suscríbete durante 3 meses a Diario de Mallorca por solo 6 euros

Genís Roca i Verard, arqueólogo: «Es un error pensar que la digitalización es un tema tecnológico, es cultural»

El experto en procesos de transformación empresarial, desarrollo de negocio y cultura digital (Girona, 1966), es Presidente de la Fundación Puntcat desde 2021. Arqueólogo, licenciado en Historia por la Universidad Autónoma de Barcelona y MBA por ESADE, es también cofundador de la consultora Roca-Salvatella, ha trabajado en proyectos por internet en los últimos 30 años. Este jueves estará en la Càmera de Comerç de Palma para dar una 'masterclass' sobre el impacto de la inteligencia artificial en las pymes.



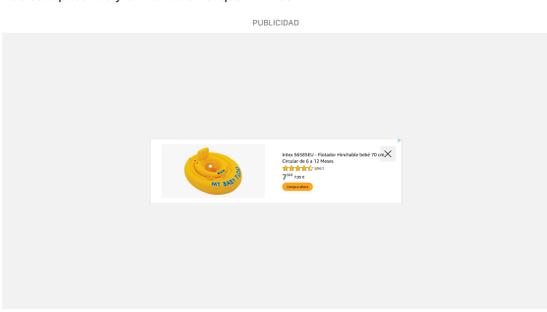
Genís Roca es también Presidente de la Fundación Puntcat desde 2021. | JORDI BORRÁS

Sebastià Sansó 23 SEPT 2025 6:01

¿Cómo acaba un arqueólogo siendo uno de los mayores especialistas en IA aplicada a empresas?

Has accedido a esta noticia Premium por cortesía de Diario de Mallorca. Únete, descubre todo nuestro contenido y otras ventajas.

Porque los arqueólogos observan cómo se transforman las sociedades y buscan los indicios que ayudan a entender el porqué de esos cambios. En la historia, a menudo la tecnología es uno de los factores de evolución social y económica. Como ahora. La caja de herramientas de los arqueólogos, la manera de pensar, me ayuda a entender lo que nos está pasando y el mundo en el que vivimos.

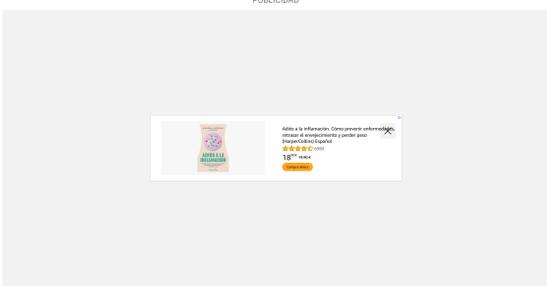


Muchas pequeñas empresas todavía perciben la IA como algo complejo o lejano. ¿Qué primeros pasos recomendaría para aplicarla de manera práctica y sin grandes inversiones?

Cuando llega una nueva tecnología, los primeros pasos son siempre exploratorios. Aún es pronto para hablar de consolidación, método o procedimiento. Hay pocas certezas, la única certeza es probar, explorar... Esto es pesado y caro, porque exige esfuerzo y seguro que habrá errores y pruebas fallidas. Así que ahora toca minimizar riesgos, hacer pruebas sobre procesos muy concretos y no invertir niveles exagerados de tiempo o dinero. Las pymes deben vigilar mucho la energía que ponen, y estar siempre atentas a la relación coste-beneficio. Mi recomendación para las pymes es evitar los experimentos con un ROI (retorno de la inversión) más allá de un año.

La transformación digital no es solo tecnología, también implica personas y cultura organizativa...

El principal motor del cambio es la necesidad. Es muy difícil y extraño pedir a alguien que haga cambios si no le has podido demostrar que son necesarios. Por lo tanto, las propuestas de cambio deberían ir siempre acompañadas de un porqué: reducir costes, reducir plazos, ganar clientes... o adaptarse a la ley, reaccionar a la competencia, etc. El hecho de que haya llegado una nueva tecnología no es suficiente.



¿Qué errores habituales observa cuando las empresas intentan digitalizarse?

El error más habitual es pensar que se trata de un tema tecnológico. Rotundamente es un tema cultural. Una nueva herramienta siempre es una nueva manera de hacer las cosas, y eso supone cambiar métodos y procedimientos, rutinas y formas de trabajar. Dado que se trata de nuevas tecnologías, hay quien piensa que también hace falta aplicar nuevas metodologías, y a menudo no es necesario. El libro Gestionando el cambio de John P. Kotter es de 1994 y treinta años después sigue siendo un buen recetario de cómo hacerlo.

A veces da la sensación de que la tecnología, y en concreto la IA, avanzan a pasos agigantados y nunca acabamos de estar a la vanguardia. ¿Es así?

Hace 70 años que se trabaja en inteligencia artificial. Es falso que las cosas pasen de manera repentina. A veces parece que la IA haya caído como un meteorito, pero incluso los meteoritos se ven venir si estás atento.

El jueves estará en Palma para dar una masterclass gratuita en la Cámara de Comercio de Mallorca sobre el impacto de la IA en las pymes. ¿Qué ideas son aplicables desde el primer día?

En primer lugar, intentaremos ayudar a entender lo que está pasando. Recuperar la perspectiva y prever hacia dónde irá la cosa en los próximos años. Pero, sobre todo, intentaremos dar una hoja de ruta pragmática y terrenal: qué hacer de aquí a Navidad, qué hacer de Navidad a enero y qué dejar más adelante.

Desde su experiencia, ¿cuáles suelen ser las inquietudes más recurrentes entre los empresarios cuando hablan de digitalización?

Las personas que vienen a un evento como este son las inquietas, las que ya se hacen preguntas y quieren saber más. Como ya están interesadas, las preguntas más habituales son: «¿Por dónde empiezo?», «¿Dónde puedo aprender?» y «¿De quién me puedo fiar?». La gente también agradece ejemplos concretos y cercanos que le ayuden a entender realmente en qué les puede ayudar todo esto y si vale la pena ponerse a ello.

TEMAS MALLORCA TECNOLOGÍA DIGITALIZACIÓN PYMES EMPRESAS

CONTENTIDO PATROCINADO
Revelado el secreto del colon irritable: factores que dañan la barrera intestinal
El MINI Aceman va a captar tu atención.
Buy the Dip: Top 5 Dividend Stocks with Growth Potential
Javier Ruiz, muy tajante contra las críticas a Sarah Santaolalla: 'La gente...
El truco que alivia el dolor de rodilla
El nuevo capricho de Kiko Rivera después de su separación: 'Habría...

Ver comentarios

LOCAL MÁS NOTICIAS DEPORTES ECONOMÍA OPINIÓN CASO ABIERTO CULTURA OCIO VIDA Y ESTILO DIARIO DE MALLORCA PREMIUM

EDITORA BALEAR, S.A. Publicidad

Otras webs de Prensa Ibérica Media:

Table with 3 columns: News outlet, Location, and Category. Includes outlets like Prensa, Diari de Girona, Diario Córdoba, etc.

Vertical text on the left edge: /6, 0€, traer nómina, dinero para lo quieras, er más, 25 para nuevos, 200€ o más en la, ANCA, 0€, traer nómina, dinero para lo quieras, er más, 25 para nuevos, 200€ o más en la, ANCA

Vertical text on the right edge: Abre a tu cuenta online comisi, Saber m, //ABA, //ABA