



CFO\_v21

**“En la dirección financiera la digitalización es crucial para tener información relevante en tiempo real”**

Entrevista a  
**Martín Díaz**  
Director Adjunto de 60 días

¿Qué ventajas competitivas puede aportar en estos momentos la digitalización de la función financiera? ¿Y concretamente en cuestiones como la recuperación del IVA y la gestión de los gastos, de las cuales sois especialistas?

Principalmente cualquier proceso de digitalización que se implemente tiene que aportar una mayor eficiencia, tanto de materiales como de personas y de tiempo. Para ello, el proceso de digitalización no debe ser solo una captura de datos, sino que hay que transformar estos datos en información. En el ámbito particular de la dirección

financiera la digitalización es crucial para tener información relevante en tiempo real. No se trata únicamente de calcular tendencias de costes y beneficios o de conocer la evolución diaria de los principales indicadores, sino también de identificar y supervisar los riesgos relativos al negocio, procesos, sistemas, relaciones laborales, prácticas con clientes, fraude... Precisamente en esta gestión de riesgos incluiría el disponer de una buena gestión de gastos, tanto del departamento de Compras como de los gastos de viaje y representación, y por supuesto la gestión fiscal, incluido el IVA. Optimizar los impuestos con total seguridad redundan en la eficiencia.

¿Son la mejora en costes, en las operaciones y en los procesos las principales ventajas...o hablamos de otras muchas?

Son las primeras que se perciben porque tras la fase inicial de implantación los resultados resultan evidentes. La segunda es que en la empresa vas a disponer de tiempo y recursos para invertir en nuevos proyectos. Y a medio plazo, a medida que vas teniendo más datos y más información, puedes optimizar y mejorar la toma de decisiones y automatizar más procesos.

¿Cómo gestionar las finanzas corporativas en un entorno empresarial más complejo y más tecnológico?

**“El proceso de digitalización no debe ser solo una captura de datos, sino que hay que transformar estos datos en información”**

¿Está lista el área financiera para adoptar la digitalización? ¿Qué ocurrirá con aquellos financieros que se muestren más reticentes?

¿Hay alternativa? Una página web abierta en California hace 30 años para vender libros ha revolucionado el comercio al por menor y el sector de la distribución. Hoy más que nunca el efecto mariposa es palpable. ¿Dónde están los planes estratégicos sesudos y concienzudos que se hicieron a finales de 2019 para...1 año, 3 años? Todos los días tomamos decisiones que pueden ser trascendentales. ¡Y hay que tomarlas! Pero con la mayor calidad de información posible y lo más amplia posible.

**“La analítica de los gastos de viaje permite comprobar el grado de cumplimiento de las políticas de viajes de la empresa, definir nuevos criterios y supervisar su implantación”**

¿Cómo gestionar las finanzas corporativas en un entorno empresarial más complejo y más tecnológico?

Las finanzas de la empresa tocan a todos los departamentos de la empresa y, por tanto, todos están involucrados. No deben ser algo exclusivo del CFO o del CEO, sino que toda la empresa debe estar implicada. Los escenarios de decisión actuales son complejos y deben involucrar cada vez más factores externos; por tanto, las decisiones no deben ser exclusivamente de una persona, sino de un equipo directivo, teniendo en cuenta las implicaciones en todas las áreas.

¿Cuáles, a tu juicio, el valor de *Analytics* en estos momentos en el ámbito de la gestión financiera? ¿Crees que está siendo realmente una tendencia? ¿Está siendo aplicada por un gran número de compañías?

Sin duda es una tendencia consecuencia de todos los procesos de digitalización que se han implantado, aunque todavía no es algo mayoritario. Una vez tienes la información y has sido capaz de recogerla, estructurarla y validarla, el siguiente paso natural es explotar esta información. >

WHITE PAPER **apd**

# CASH IS KING



CÓMO HACER DE LOS GASTOS DE MOVILIDAD Y REPRESENTACIÓN UNA FUENTE DE LIQUIDEZ PARA TU EMPRESA



\*INCLUYE  
ROADMAP COMPLETO  
CHECKLIST ¡PONTE A PRUEBA!  
BEST PRACTICES POR SECTORES



DESCÁRGATELO



> En base a vuestro modelo de negocio, ¿qué potencial aporta *Analytics* en todo lo relacionado con la optimización de gastos? ¿Puede incluso lograrse un modelo de consumo más efectivo para la empresa?

Sin duda. Nosotros procesamos 40.000 tiques al día. La cantidad de información que se puede extraer de los mismos es inmensa. Se pueden conocer no solo los principales proveedores, mayores gastos, etc., que permitan negociar acuerdos más ventajosos, sino también conocer las tendencias de gastos. ¿Qué días de la semana se viaja más? ¿Qué días se gasta menos en proporción? La analítica de los gastos de viaje permite comprobar el grado de cumplimiento de las políticas de viajes de la empresa, definir nuevos criterios y supervisar su implantación. Más allá de la propia optimización, en un plano de RSC, también nos permite conocer datos como cuántos kilómetros recorren los empleados al año. ¿Cuántos en taxi y cuántos en vehículo particular? Calcular la huella de carbono de los viajes corporativos, tomar medidas para fomentar el uso de transporte público, etc.

¿Qué vectores crees que conformarán la función financiera dentro de 10 años, así como el rol (más *tech*) del CFO?

No me atrevo a predecir nada a 10 años pero me quedo con el informe sobre el futuro del empleo para 2025 del Foro Económico Mundial. El trabajo se repartirá a partes iguales entre máquinas y humanos, y entre los puestos de trabajo con mayor riesgo de desaparición están Auditores, Gerentes de Administración y Analistas Financieros. El CFO debe migrar sus competencias a un ámbito más técnico siendo capaz de procesar la información directamente sin depender del departamento de ITO de informes de terceros. También debe ser capaz de evaluar correctamente las diferentes herramientas de software que van a estar disponibles y medir el valor real que le pueden aportar, ya no solo a nivel de procesos y ahorro de tiempo, sino por el aporte de valor para la toma de decisiones. ■

REVISTA | **apd**

La Revista APD te brinda la oportunidad de multiplicar la visibilidad de tu marca entre perfiles de alto valor estratégico

Sé protagonista de la Edición Especial que estamos preparando con motivo de nuestro **50 Aniversario**

CONTÁCTANOS YA

[revista@apd.es](mailto:revista@apd.es)

