

Josep Borrell y Genís Roca analizan en las Jornadas Tecnológicas de Orange cómo Europa y las empresas pueden convertir la innovación en una ventaja competitiva

- Josep Borrell afirmó que “Europa sabe inventar, pero le falta financiación, escala y unidad”.
- Genís Roca pidió a los directivos que hagan aflorar la “IA oculta” que ya usan sus empleados.
- El Port de Barcelona recibió el premio AleluIA a la innovación tecnológica.



Barcelona, 8 de octubre de 2026.- Orange Empresas reunió ayer en el Recinte Modernista de Sant Pau a Josep Borrell, ex Alto Representante de la UE para Asuntos Exteriores y Política de Seguridad, ex vicepresidente de la Comisión Europea (2019-2024) y presidente del Barcelona Centre for International Affairs (CIDOB), y a Genís Roca, experto en transformación empresarial,

desarrollo de negocio y cultura digital, en sus jornadas tecnológicas, “Mentes Digitales”, a las que asistieron numerosas empresas del territorio catalán.

El encuentro, inaugurado por Íñigo Polo, Public Sector & Digital Services Director en Orange España, abordó cómo innovar en un contexto marcado por la competencia tecnológica entre potencias y la irrupción de la inteligencia artificial en las empresas. La jornada, moderada por Xantal Llavina, directora de Revolució 4.0 de Catalunya Ràdio-3CAT, se articuló en dos bloques: “Redefinición del equilibrio de poder entre países a través de la innovación”, con Borrell, y “Cómo convertir la innovación en resultados”, con Roca.

La jornada se enmarcó en “Mentes Digitales”, la iniciativa de Orange Empresas que reúne a expertos, líderes empresariales e instituciones para analizar los grandes retos tecnológicos y su impacto en la competitividad de empresas y Administraciones Públicas. El formato aborda cuestiones como la inteligencia artificial, la ciberseguridad, la geopolítica o la resiliencia digital y recoge la experiencia de las jornadas tecnológicas desarrolladas desde hace más de veinte años, inicialmente en el norte de España y, desde el pasado año, extendidas al resto de territorios.

Borrell: “Si queremos, podemos”



Borrell destacó que el cuello de botella de Europa no está en el laboratorio. “Sabemos inventar, tenemos capacidades técnicas y personal. Nos falta sobre todo financiación y aprovechar las economías de escala. Estamos muy fragmentados”, afirmó. Entre las palancas para conseguir estos objetivos citó un mercado de capitales común, la compra pública, una energía más barata y ecosistemas que incentiven la innovación para frenar la fuga de talento.



Asimismo, defendió como “lectura obligada” el nuevo plan quinquenal de China, donde la IA “no está en el laboratorio, está en todas partes” e impregna la política industrial, ambiental y agrícola. También alertó de la dependencia europea de los servicios en la nube de proveedores estadounidenses, una situación que se extiende a la computación avanzada, los semiconductores, los minerales críticos y los cables submarinos.

“La autarquía es una fantasía”, advirtió. Sin embargo, Borrell rechazó que Europa esté condenada quedarse atrás defendiendo que se trata únicamente de una cuestión de voluntad: “Si queremos, podemos, pero no haciendo discursos, sino poniendo sobre la mesa mercados amplios, economías de escala y regulación”.

En este sentido, sobre el debate regulatorio, fue tajante: “Se ha convertido en una moda decir que el problema de Europa es el exceso de regulación, pero desregular no significa simplificar. Nuestro problema no es la regulación, es la falta de producción”. A su juicio, quien regula sin producir pierde influencia, porque los estándares acaban fijándolos otros.

El expresidente del Parlamento Europeo también describió el cambio de época en las cadenas de suministro: “Hemos pasado del *just in time* al *just in case*, porque ya no tenemos la seguridad de que las cosas lleguen cuando hacen falta”.

Por otro lado, advirtió que la IA puede ampliar la desigualdad entre países, como ocurrió con las vacunas de la covid: “El desarrollo de la IA no puede detenerse, pero sí controlarse, con las personas por encima de las máquinas”.

Genís Roca y las vías de entrada de la IA a las empresas

Genís Roca trasladó el debate sobre la inteligencia artificial al día a día de las empresas. Según explicó, la IA entra en las organizaciones por tres vías, cada una con un modelo de gestión distinto: la que usan los empleados, la que se compra en el mercado y la que nace de una estrategia de la dirección.

En su opinión, sobre la primera hay un volumen de “IA oculta” mayor del que creen los directivos, ya sea porque los trabajadores no saben todavía si sus pruebas funcionan, porque tienen dudas sobre el uso de determinados datos o porque prefieren no comunicar que tardan la mitad de tiempo en realizar determinadas tareas.

“Tenemos la obligación de que la IA oculta aflore”, señaló Roca. Frente a este uso espontáneo, la IA adquirida en el mercado permite ganar eficiencia, aunque ofrece soluciones que también están disponibles para los competidores. Por ello, situó el verdadero potencial diferencial en la tercera vía, la IA estratégica, aquella que responde a las necesidades y objetivos específicos de cada compañía. Como ejemplo, mencionó el uso de esta tecnología por determinadas cadenas de alimentación para optimizar la gestión de los productos frescos.

En este contexto el reto de los CEO, añadió, consiste encontrar el equilibrio entre estas tres vías y decidir dónde concentrar los recursos y la inversión, teniendo en cuenta que los presupuestos son limitados.

Roca distinguió entre las IA “con las que hablas” y las que “hacen cosas”, y planteó uno de los grandes dilemas que afrontarán las compañías: decidir si las horas de trabajo que permite ahorrar la IA se destinan a reducir recursos o a ampliar la actividad.

Para el experto, una manera sencilla de comprobar si una organización está experimentando una verdadera transformación consiste en preguntarse si un proceso se hace ya de otra manera gracias a la IA. Muchas compañías, advirtió, continúan todavía en una “zona de laboratorio”, aunque ámbitos como la planificación logística o las compras empiezan a experimentar cambios relevantes.

Roca apuntó el ámbito de la salud como prioritario para la IA en Europa y llamó la atención sobre la falta de infraestructuras tecnológicas propias: “Se nos llena la boca de soberanía digital, pero el correo electrónico y la identidad de la ciudadanía europea dependen de proveedores estadounidenses”, agregó.



El Port de Barcelona, premio AleluIA

Óscar Ayuso, Regional Sales Manager public sector en Orange Empresas, entregó el premio AleluIA a Port de Barcelona, recogido por David Serral, director de Sistemes d'Informació de la institució. El galardón reconoce a los clientes empresariales que destacan por su espíritu innovador en la aplicación de la tecnología y su colaboración en proyectos de digitalización.



Orange y el Port de Barcelona colaboran desde 2023, cuando el operador desplegó en el recinto portuario una red privada 5G SA. En abril de 2025 realizaron la primera prueba de concepto en España de drones aéreos y acuáticos operados de forma coordinada sobre esa red y computación en el borde (edge).



Sobre Orange España

Orange España es el mayor operador de telecomunicaciones en España por número de clientes, con casi 47M de líneas entre banda ancha y móvil (Incl. M2M). Adicionalmente, ofrece para clientes particulares y empresas servicios de TV, seguros, energía, alarmas, financiación al consumo, salud, ciberseguridad, redes privadas 5G y cloud.

La Compañía cuenta con 8 marcas principales nacionales (Orange, Yoigo, Jazztel, MASMOVIL, simyo, Pepephone, Lebara y Llamaya) y 5 regionales (Euskaltel, R, Telecable, Guuk y Embou) con las que va a cubrir todas las necesidades de los clientes en España.

Orange España dispone de más de 32 millones de hogares comercializables con su oferta de fibra óptica y cubre con su red móvil 4G al 99% de la población española y más del 93% con la nueva tecnología 5G, con la que conecta unos 5.250 municipios por toda la geografía española.

Por otra parte, Orange España tiene la ambición de ser el operador con los clientes más satisfechos, consolidarse como motor del talento y liderar la economía del propósito en España, siendo respetuoso con las personas y el planeta. Además, trabaja en la accesibilidad a la tecnología para todos (con foco en la España vaciada), la protección de los menores en el ámbito digital y el desarrollo de productos y servicios que mejoren la experiencia de todos los clientes.

Site Corporativo Orange España: <https://corporativo.orange.es/>

Contacto de prensa:

Fernando Castro fernando.castro@orange.es Teléfono: (+34) 656.160.378

Síguenos en: [Orange España: LinkedIn](#)