

De la libertad de movimiento al confinamiento, esta decisión, que se aplicó de la noche a la mañana a mediados del pasado marzo debido a la evolución de la Covid-19, demostró que las empresas que habían iniciado su transformación digital, apostaron a caballo ganador. Esto es, sus productos siguieron comercializándose a través del comercio 'online', sus equipos continuaron trabajando desde casa, las reuniones se realizaron por 'streaming'. La pandemia, en pocos meses, ha acelerado un proceso tecnológico previsto para más adelante, a la vez que ha servido como ejemplo real para priorizar su amalgama de ventajas por encima de la inversión, la cual, a tenor de los resultados, merece la pena.

Para este viaje, las empresas cuentan con un compañero estratégico, Telefónica, que se ha comprometido a desplegar la red de 5G en un tiempo récord en España para que las nuevas soluciones digitales funcionen de verdad, porque hasta ahora «estábamos arrastrando los avances del siglo XX; el 2020 coincide con el inicio del siglo XXI», aseguró ayer el director de Servicios Digitales y Administraciones Públicas de Telefónica Mediterráneo, Bruno Vilarasau, en el foro "Transformación digital empresarial", organizado por LA VERDAD y con el patrocinio de la multinacional de telecomunicaciones. Moderado por el jefe de Edición del diario, Víctor Rodríguez, en el evento también participaron el consejero de Presidencia, Javier Celdrán; la jefa de Grandes Clientes de Murcia de Telefónica, Ana Garrido; el director de IT de Liwe Española, Luis Miguel Aroca; el director adjunto de Jisap, Alejandro Puigdengolas; el director de Transformación Digital de AMC Natural Drinks, Juan Vivancos, y el concejal de Desarrollo Urbano y Modernización de la Administración de Murcia, José Guillén.

Ventajas **Identificar las oportunidades y adelantarse al público**

Las empresas absorben lo mejor de cada herramienta digital para extraer la información que les ayude a tomar mejores decisiones. En AMC Natural Drinks, la digitalización es «clave» para seguir innovando en la formulación de productos y alinearse con las propuestas de valor de sus clientes, que la mayoría son del sector retail, analizando el comportamiento del consumidor final con el fin de adelantarse a sus demandas y actualizar los portafolios de cada mercado.

En esta línea, Liwe Española centra los esfuerzos en la estrategia de la hiperpersonalización para atraer y fidelizar a los clientes, descubriendo «con qué se encuentran más cómodos y ofrecérselo en cada momento», apuntó su director de IT, quien indicó que las ventas 'online' en el confinamiento registraron un «incremento sustancial».

En números, Ana Garrido estimó que las inversiones en transfor-



«El año 2020 supone el inicio del siglo XXI en lo digital»

Futuro. Expertos y directivos de la Región abordan en un foro de LA VERDAD, con el patrocinio de Telefónica, el alcance del salto tecnológico de las empresas y los retos que presentan su implantación y adaptación

BENITO MAESTRE



mación digital rentabilizan entre un 15% y 25%, de ahí que «las empresas que no se adaptan, se quedarán atrás». Al respecto, el director adjunto de Jisap destacó la importancia de elegir 'partners' de confianza, como Telefónica, que acompañen en este proceso «para dar pasos sólidos» y porque «los costes hay que tenerlos muy en cuenta».

Según el concejal Guillén, el Ayuntamiento de Murcia ha invertido más de 15 millones de euros en transformación digital para dotar al municipio de soluciones propias de una 'smart city', mediante el Plan Estratégico Smart City y el proyecto MiMurcia.

Cambio de mentalidad **«La digitalización ha venido para quedarse»**

Subirse a la ola de la transformación digital provoca opiniones encontradas: unos lo aceptan a pies juntillas y otros muestran reticencias, bien por la inversión, el miedo al desconocimiento... Los ex-

pertos coincidieron en el cambio de mentalidad como la tecla que deben pulsar los trabajadores y empresarios para que vean las ventajas de este proceso. «El objetivo de Telefónica es ayudar y ser el socio tecnológico de las empresas, desde las administraciones públicas hasta los autónomos, porque la digitalización no es una opción, sino una necesidad que ha venido para quedarse», explicó la jefa de Grandes Clientes de Murcia de Telefónica. De hecho, ocho de cada diez empresas de la Región utilizan ya la firma digital, ocupando la cuarta posición en la lista de comunidades a nivel nacional, según el consejero de Presidencia,

Ocho de cada diez compañías de la Región utilizan la firma digital, situándose como la cuarta comunidad de España

al tiempo que recordó que también se sitúa en ese lugar en cuanto a la aplicación de la automatización robótica en lo empresarial.

El director adjunto de Jisap contó cómo el sector primario se ha adaptado progresivamente a las soluciones digitales que la compañía ha implementado en su cadena de producción. La conectividad ha sido uno de sus grandes bazos para unificar los datos que se generan en su red de granjas distribuidas por España, para posteriormente tomar las mejores decisiones. «Nos hemos llevado gratas sorpresas al ver que granjeros que toda la vida han trabajado de una manera ahora utilizan las nuevas herramientas para pedirnos el pienso», presumió.

Para el director de Transformación Digital de AMC Natural Drinks, la adaptación al cambio se formaliza «explicando los beneficios de la digitalización y viendo los logros que reporta». Una visión que compartió el director de IT de Liwe Española, quien señaló que «los equi-

Protagonistas.

El jefe de Edición de LA VERDAD, Víctor Rodríguez, moderó la mesa redonda en la que participaron Ana Garrido, Luis Miguel Aroca, Alejandro Puigdengolas y Juan Vivancos. **A. DURÁN / AGM**

pos tienen que interiorizar la capacidad de que la tecnología puede ayudar a sus departamentos a conseguir los objetivos».

Teletrabajo

Jornadas adaptadas y seguras

El teletrabajo, hasta el inicio de la pandemia, era una especie de utopía, pero la evolución de la Covid-19 convirtió esta modalidad en la orden del día. «En AMC Natural Drinks nos adaptamos a las circunstancias y lo hicimos bien, e incluso hemos adoptado nuevas formas de hacer, a nivel interno y externo, por ejemplo, haciendo auditorías de forma remota y tour virtuales», declaró Vivancos.

En Jisap, al considerarse su sector de esencial, las granjas y la producción de pienso continuaron a pleno rendimiento, pero los empleados de las oficinas centrales sí recurrieron al teletrabajo. «Funcionó mejor de lo que esperábamos y la gente se acostumbró rápidamente», manifestó Puigdengolas. Al hilo, Aroca calificó de «éxito» la experiencia en su compañía «porque cubrimos objetivos», aunque recalzó que esta modalidad precisa de un acceso seguro entre los dispositivos y los servidores, como si de un túnel privado se tratara, para garantizar que no haya pérdida de datos ni intrusos.

Garrido, por su parte, remarcó que el teletrabajo ofrece muchas ventajas, eso sí, «teniendo un espacio claro de trabajo, con herramientas robustas que permitan acceso a entornos colaborativos y cumpliendo con el horario».