

**Bruno Vilarasau**  
Director de Servicios Digitales y AA PP de Telefónica

«El 5G de Telefónica llega ya al 84% de los grandes municipios de la Región de Murcia»

Bruno Vilarasau, director de Servicios Digitales y Administraciones Públicas de Telefónica Mediterráneo, anunció que la red de 5G de la compañía llega al 84% de los grandes municipios de la Región, e incluso a otras localidades con menos población, como Lorquí, Ceutí y San Pedro del Pinatar. Ese porcentaje ya supera la estimación prevista para el cierre de este ejercicio, que situaba su alcance en el 75%. «El 2020 coincide con el inicio del siglo XXI, hasta ahora estábamos arrastrando los avances del siglo anterior; ya basta de tener tantas soluciones digitales y no utilizarlas», señaló ayer durante su intervención en el foro «Transformación digital empresarial».

Además, Vilarasau disertó sobre las ventajas del 5G que benefician tanto a la sociedad como al mundo empresarial. Entre ellas, la descarga de archivos en apenas unos segundos, la latencia tiene un máximo de diez milisegundos y los eventos deportivos incluyen una experiencia 360°, así como la entrega de piezas a través de drones a líneas de montaje de las plantas automovilísticas, la traducción simultánea a varios idiomas para las visitas turísticas y las unidades móviles que caben una mochila para que informen los reporteros a pie de calle.



**Ana Garrido**  
Jefa de Grandes Clientes de Murcia de Telefónica

«Primero asumimos nosotros el proceso digital para luego ofrecerlo al cliente»

La jefa de Grandes Clientes de Murcia de Telefónica puso de manifiesto la expresión 'predicar con el ejemplo' de la compañía en cuanto al proceso de digitalización, recomendando a las empresas que abracen este cambio porque se aprovecharán de unos beneficios que ellos ya disfrutaban. «Hemos asumido la transformación digital implementando nosotros mismos las nuevas tecnologías para ponerlas en marcha y posteriormente ofrecérselas a nuestros clientes», explicó.

La multinacional ofrece una oferta de servicio centralizada, que va desde la conectividad o líneas de móviles hasta todas las herramientas de digitalización, como las soluciones 'cloud', 'big data' o 'IoT', junto a otros servicios fruto de las alianzas firmadas con gigantes como Google, Microsoft y Amazon.



**Alejandro Puigdemogolas**  
Director adjunto de Jisap

«La inteligencia artificial nos ayudará a gestionar el exceso de datos en las granjas»

El director adjunto de Jisap adelantó que la inteligencia artificial (IA) forma parte de su apuesta de futuro, en el marco de las granjas inteligentes. El grupo ya ha dado grandes pasos en el terreno de la digitalización, como recibir diariamente información sobre lo que acontece en las granjas: nacimientos, bajas, consumo de pienso... a lo que se suma la identificación unitaria de los animales (en proceso de implantación) y la sensorización de la alimentación y la temperatura de las explotaciones. El resultado es un exceso de datos que Jisap prevé gestionar a través de IA para que sean las máquinas las que tomen las decisiones, como cuánto pienso suministrar o qué temperatura debe haber en cada momento. Otro avance aborda el concepto de trazabilidad, con el fin de garantizar la integridad del producto desde la inseminación hasta el cebo, mediante el 'blockchain'.



**Juan Vivancos**  
Director de Transformación Digital de AMC Natural Drinks

«Utilizamos apoyo externo para que las tecnologías maduren en la organización»

El director de Transformación Digital de AMC Natural Drinks reconoció que para el cambio de los procesos de negocios recurren al apoyo de empresas externas que actúan como palanca para implementar las tecnologías. Actualmente, el grupo cuenta con una red de unos 30 técnicos que ayudan a incorporar las diferentes soluciones, agilizar su adopción, mantenerlas y que «se queden como algo maduro dentro de la organización», precisó Juan Vivancos. Para muestra, el uso de 'software' de RPA (automatización robótica de procesos) se inició gracias al soporte externo y ahora mismo «somos autosuficientes para desarrollar esa tecnología dentro de la casa», ejemplificó. Y añadió que el cambio cultural es fundamental para que cualquier empresa arranque su proceso de digitalización.



**Luis Miguel Aroca**  
Director de IT de Lewi Española

«El anonimato del cliente 'online' debe ser igual que el de la tienda física»

El director de IT de Lewi Española puso el acento en la «necesidad imperiosa» de la ciberseguridad para que el cliente se sienta seguro a la hora de comprar los productos, por lo que «tienes que rodearte de proveedores de calidad y nosotros contamos con Telefónica», señaló. También mencionó la Ley de Protección de Datos como un garante de confianza para el público, porque le aporta tranquilidad al «sentir que sus datos se utilizan para el cometido que ha autorizado». «Queremos que su anonimato sea igual que cuando entra a una tienda física», comparó.

El grupo apuesta por ofrecer la mejor experiencia de usuario, combinando los canales 'online' y físico, para que los consumidores recurran a uno u otro en función de sus preferencias. Es decir, que puedan comprar por la web y recoger en tienda, o devolver cualquier prenda a través de mensajería.

Cabe mencionar que Lewi Española cuenta con varias marcas, siendo Inside su buque insignia. Está presente en España, Portugal, Italia y Polonia.

