



Norberto Ojinaga, CTO de R, reflexionó esta mañana en un encuentro digital de APD sobre las tendencias, retos y oportunidades de la empresa ante la automatización y la digitalización

Ojinaga: “La pandemia ha traído nuevos hábitos de uso de las telecomunicaciones que se quedarán para siempre”

- ***Alrededor de un centenar de directivos gallegos, asturianos y vascos se unieron al foro virtual de APD LIVE, donde se analizó la transformación de las empresas durante la pandemia***
- ***Los expertos coinciden en que los procesos de digitalización y automatización están permitiendo mejorar de manera generalizada en eficacia y eficiencia a las organizaciones***
- ***Norberto Ojinaga destacó la necesidad de interactuar digitalmente con los/as clientes/as, más que nunca en coyunturas excepcionales como la de la pandemia, para que las empresas no se queden atrás y puedan competir***

Jueves, 11 de febrero de 2021.- “Automatización y digitalización: nuevos retos y oportunidades para la empresa”. Bajo este título se desarrolló esta mañana el encuentro digital *APD LIVE* organizado por la Asociación para el Progreso de la Dirección, con el propósito de debatir sobre la manera en que se ha acelerado la automatización de los procesos y la digitalización de las empresas durante la pandemia.

Nadie esperaba, hace un año, que el teletrabajo, por ejemplo, se generalizase a velocidad de vértigo en pocos meses y que fuese a día de hoy la fórmula en auge para superar las dificultades que la crisis sanitaria ha trasladado a los entornos laborales. Se impone la seguridad de las personas y, una vez más, trabajar en una empresa digitalizada permite seguir adelante optimizando procesos y evitando riesgos.

un universo empresarial distinto hacia dentro y hacia fuera

Norberto Ojinaga, CTO (*Chief Technology Officer*) de **R**, debatió en esta edición de APD LIVE, junto a altos representantes de la tecnológica NUTANIX y del grupo lácteo CAPSA, sobre los retos y oportunidades de la nueva coyuntura tecnológica ante un auditorio de un centenar de directivos gallegos, asturianos y vascos (tres de los territorios en que opera el Grupo Euskaltel con sus marcas Telecable, **R** y Euskaltel respectivamente). La jornada se concretó en un intento conjunto por encontrar el punto óptimo y la velocidad adecuada para que **las empresas sigan avanzando en los procesos de digitalización y automatización**, sorpresivamente acelerados en una situación de emergencia no prevista por nadie hace meses. Esa automatización vertiginosa y el auge del teletrabajo han transformado el universo empresarial hacia dentro -digitalización del trabajo- y también hacia fuera, en todo lo relativo al desarrollo del negocio y a las relaciones con los clientes.

En este sentido, Norberto Ojinaga subrayó que *“la digitalización de las empresas ha tenido un avance muy relevante, en general, en este contexto... y las que ya habían iniciado su proceso de digitalización han podido afrontar esta época con mayor éxito”*. Para el CTO de **R**, las dos vertientes principales de la digitalización a día de hoy se manifiestan en la **interacción con los clientes** y en los **procesos y acceso remoto a los datos** que necesita la compañía para funcionar, más allá del teletrabajo concebido como el uso de herramientas colaborativas. *“La empresa que no implementa un modelo de interacción digital con sus clientes/as a todos los niveles (marketing digital, comercio electrónico, provisión de servicio, atención al/a la cliente/a...) en un escenario de confinamiento, podría quedarse atrás y no ser competitiva (...) Además, es necesario que esa ‘mentalización digital’ transversal de las organizaciones conlleve también que todos los procesos estén securizados pero accesibles remotamente (monitorización de la calidad del servicio de los/as clientes/as, temas financieros o también el acceso remoto seguro mediante el teletrabajo)”*.

“Las nuevas tecnologías son palancas facilitadoras del cambio en los modelos de negocio”, explicó Ojinaga, porque *“permiten conseguir cambios disruptivos, cuestionan modelos establecidos, amplían capacidades actuales y fomentan la economía colaborativa (nuevos negocios, nuevos mercados cruzados...)”*. Considera, además, que no existen frenos tecnológicos reales para la digitalización, *“...el problema está en el convencimiento pleno y la apuesta real de las empresas de que es una necesidad que aporta muchos beneficios”*.

Sobre el presente y futuro de los procesos de digitalización en los negocios, en el foro de APD se dejó claro que automatizar actividades rutinarias, tanto las que requieren de esfuerzo físico como otras que precisan capacidades cognitivas, está permitiendo a las empresas mejorar su **eficacia y eficiencia**, reduciendo la cantidad de errores y mejorando la calidad de sus productos; y a la vez, facilita acortar la duración de los ciclos productivos, lo cual redundará en una mejora de su **competitividad**. En el caso específico del sector industrial, la incorporación y aplicación de las nuevas tecnologías denominadas Industria 4.0 ya es una realidad.

En este sentido, Norberto Ojinaga considera que, en el proceso de transformación digital, el 'cloud computing' *"juega un papel clave porque permite dimensionar el trabajo en cada momento en función de las necesidades y garantiza un mantenimiento 24x7 y operaciones con personal cualificado, entre otras muchas ventajas"*. Sus recomendaciones son, en líneas generales, los modelos híbridos de cloud, las comunicaciones redundantes y la ciberseguridad.

nuevos patrones de uso que se estabilizan a todos los niveles

Ojinaga, desde su perspectiva como máximo responsable tecnológico de **R**, aseguró también en el encuentro digital de APD que *"la pandemia ha supuesto, desde el primer día, un cambio muy importante en los patrones de uso de telecomunicaciones de los trabajadores. En muchos servicios estas tendencias se han duplicado; el teletrabajo lo ha hecho, por ejemplo, a través de herramientas colaborativas (Teams, Skype, Zoom, Webex, etc.)"*. (...) *"Además, ha aumentado el número de usuarios concurrentes por hogar no solo para teletrabajar sino para otras actividades diversas como la teleformación, el ocio, los visionados en 'streaming'...etc."*, aseguró el CTO de **R**, *"Y a todo ello hay que unir el considerable aumento del uso de banda ancha para el consumo de ocio: vídeo bajo demanda, juegos o reuniones telemáticas con allegados"*.

Inició, así mismo, en que *"lo relevante no es el incremento puntual sino el hecho de que estos patrones tan elevados de consumo se han estabilizado aunque meses después, en muchos casos, las condiciones del confinamiento son menos exigentes. Los estudiantes ya no están en casa, muchos trabajadores acuden al puesto de trabajo, se puede salir a la calle... Sin embargo, estos 'hábitos' de uso de las telecomunicaciones se mantienen: han venido para quedarse"*.

sumarios Norberto Ojinaga:

_"la empresa que no desarrolla un modelo de interacción digital con sus clientes/as en un escenario de confinamiento, puede dejar de ser competitiva en poco tiempo"

_"las empresas que ya habían iniciado su proceso de digitalización pueden afrontarlo en el contexto de la pandemia con mayor éxito"

_"la digitalización resulta esencial para los procesos de las organizaciones y el acceso remoto a los datos que necesita la compañía para funcionar"

