

FOROS: SOSTENIBILIDAD

La digitalización de las empresas impulsa la cuarta revolución industrial



Las compañías tienen que apresurarse para transformarse digitalmente y adaptarse a las nuevas tecnologías. Tienen las herramientas al alcance para garantizar su competitividad

MÓNICA HERNÁNDEZ
Barcelona

Estamos de lleno en la cuarta revolución industrial. La digitalización lo ha revolucionado todo. Las nuevas tecnologías, las mejoras de la conectividad, han cambiado nuestra vida diaria y, a veces, lo tenemos tan interiorizado que no somos conscientes. Podemos comprar online, hacer cursos desde la mesa del comedor de casa o reunirnos con personas de todo el mundo sin tener que desplazarnos. Pero esta revolución también ha afectado a fondo a las empresas. La mayoría se han adaptado a las posibilidades de crecimiento y

de internacionalización que les ofrecen estas nuevas herramientas. Y ojo, porque estudios internacionales auguran que entre el 2025 y el 2030 aparecerán trabajos que ahora desconocemos.

Como en toda revolución industrial habrá puestos de trabajo que se destruirán, que desaparecerán, pero se crearán otros. La mitad de las compañías acelerarán la automatización del trabajo y más del 80% ampliarán la digitalización de los procesos de trabajo. Son las previsiones del Foro Económico Mundial, que calcula que la automatización destruirá 85 millones de puestos de trabajo, sobre todo manuales o repetitivos. Pero, en paralelo, también

calculan que de la nueva realidad surgirán más de 97 millones vinculados a la inteligencia artificial y a la creación de contenido, el cuidado de las personas o la economía verde. Tendremos que aprender nuevas habilidades para seguir realizando nuestro trabajo o uno nuevo.

Sobre todas estas posibilidades, el camino que queda por recorrer en la digitalización de las empresas y los retos futuro se ha hablado en Diálogos en *La Vanguardia* con Chema Casas, director general de Telefónica en Catalunya; Ricard Mas, director IT del grupo AWWG; Josep Medina, CEO del grupo Manusa, e Isabel Vidal, directora general del Grup Focus.



Diálogos
en 'La
Vanguardia'

La digitalización
permitirá crear en
el mundo 97 millones
de nuevos trabajos

Multisectorial Los expertos citados por 'La Vanguardia' pertenecen a sectores diversos, pero tienen un mismo afán

Empresas de sectores muy diferentes, pero con algo en común: han visto en la digitalización una oportunidad para crecer.

Los expertos coinciden en que las empresas tienen que apresurarse para transformar digitalmente sus organizaciones y apostar por las nuevas tecnologías. También constatan que la pandemia ha acelerado todo este proceso. Chema Casas explica que "el 16 de marzo del 2020, cuando empezó la ola fuerte de la pandemia y el confinamiento, tuvimos un incremento de tráfico a las redes de más del 50% de la noche a la mañana. Streaming, conexiones en YouTube, videoconferencias... y las redes aguantaron". Telefónica



había hecho un trabajo previo de inversión y aquel momento puso en valor toda la infraestructura que la compañía y otras operadoras habían puesto en marcha por todo el país. “En despliegue de red de fibra óptica, España es el primer país de Europa y el tercero del mundo. Las pequeñas ciudades de aquí tienen mejor conectividad que Londres o Berlín”, remacha Casas. Las cifras lo evidencian: un 75% de la población española tiene acceso a fibra óptica.

Y hay para sacar músculo porque la digitalización “para las empresas es integral. Es algo genérico que se extiende por toda la compañía”, defiende Josep Medina. El líder de Manusa añade que su empresa apostó fuerte para implementar la infraestructura tecnológica necesaria para afrontar los retos de futuro. “Lo hicimos en el 2014 y todo eso nos ha permitido crecer y construir herramientas digitales, softwares, que hacen evolucionar los procesos hacia otros de más eficientes.” Medina explica que la digitalización les ha abierto oportunidades de negocio: “controlar de manera remota el acceso de puertas automáticas, acceder a servicios de mantenimiento más inteligentes y mejorar la relación con nuestros clientes”.

Eficiencia es una de las palabras comunes en todos estos modelos de empresa a la hora de hablar de digitalización. En el caso de la moda está muy claro. Ricard Mas explica que el grupo AWWG “ha implantado la digitalización con un enfoque centrado en la competitividad y el crecimiento. Nos hemos fijado una hoja de ruta de tres años para reducir costes, ser más ágiles... No puedes centrarte en una herramienta porque está de moda, sino pensar qué hay detrás y cómo te puede ayudar”. En su caso, el cambio les ha permitido reforzar las ventas online, desarrollar productos con diseños pensados para vender a distancia. La tecnología 3D les ha facilitado reducir costes de entre el 30% y el 40% en el proceso de diseño del producto. Todo ello solo utilizando herramientas digitales. ¿Cómo lo han conseguido? “Ya no hay que llevar muestras de tejidos. Con los diseños en 3D lo puedes hacer todo en pantalla: tienes una idea del tacto, de la caída de la ropa, de cómo quedaría aquella pieza puesta”, explica Mas.

En el mundo del espectáculo la digitalización puede parecer más inverosímil. De hecho, según explica Isabel Vidal, nunca habían pensado que sus contenidos se pudieran digitalizar. Hasta que llegó la pandemia y generaron contenidos para las redes. Se adaptaron. Y a partir de aquí toda una retahíla de oportunidades. “En el proceso creativo, la digitalización ayuda a hacer que el espectáculo adquiera unos niveles en fuerza dramática superiores a los que tendría en el sistema convencional”. Por ejemplo: una *unplugged* tiene una tecnología detrás que otorga a aquel solo una dimensión de gran concierto. O más allá del escenario, “al público antes no lo conocíamos. Ahora tenemos información sobre los targets, el espectador puede ver con-

Chema Casas
 Director general de
 Telefónica en Catalunya



“En despliegue de red de fibra óptica, España es el primer país de Europa y el tercero del mundo. Las pequeñas ciudades de aquí tienen mejor conectividad que Londres o Berlín”

Josep Medina
 CEO del
 grupo Manusa



“La digitalización nos ha cambiado la mentalidad, las empresas son más permeables y están más atentas para aprender otros negocios y otros sectores”

Isabel Vidal
 Directora general
 del Grup Focus



“En el proceso creativo, la digitalización ayuda a que el espectáculo adquiera una fuerza dramática superior a la que tendría en el sistema convencional”

Ricard Mas
 Director IT
 del grupo AWWG



“Ya no necesitamos muestras de tejidos. Con los diseños en 3D lo puedes hacer en pantalla: tienes una idea del tacto, de la caída, de cómo quedaría aquella pieza puesta”

tenidos previos de los ensayos, puede interactuar con los artistas. Incluso nos estamos planteando que haya un consejo de espectadores que diga lo que les gustaría ver”, adelanta Vidal. También recuerda que su empresa organizó el I Congreso de Espectadores de Teatro, con participantes de todo el mundo. “Sin el metaverso de Telefónica no habría sido posible. Nos permitió que muchas personas de diferentes puntos del planeta pudieran participar. Ahora estamos pensando en cómo dar al congreso un formato más potente con las herramientas de las que disponemos”.

Todos estos ejemplos se pueden resumir con un dato: “hay es-

tudios que demuestran que la buena conectividad y las herramientas digitales, que favorecen que los procesos se puedan digitalizar, hace crecer la productividad de las empresas entre el 15% y el 20%”, asegura Casas. Ricard Mas lo corrobora: “Las nuevas herramientas digitales han permitido hacer actuaciones específicas que han aumentado nuestras ventas. La unicanalidad nos ha permitido compaginar mejor ventas online y presenciales, en tienda. También hemos creado asistentes virtuales que asesoran a los clientes”.

Para hacerlo posible, las empresas tienen que escoger alguna de las tecnologías que hay en el mercado. “Tienen que escoger la que

se integre mejor en la que ya tenían. No es tan importante qué nueva tecnología escoges, sino cuáles son las herramientas que te permiten hacer el proceso de transformación. Tienes que analizar el conjunto de los procesos que tienes en la compañía y decidir qué paso de transformación digital puedes dar en cada uno de

Hay que digitalizarse no solo de cara al futuro, sino para competir aquí y ahora

ellos. Y entonces escoger la tecnología idónea”, explica Casas. Y aquí también hay que tener en cuenta otro elemento clave: la ciberseguridad. La digitalización ayuda a las empresas a ser más productivas, pero también las expone a nuevos peligros, y más desde que se ha implementado el teletrabajo. Pero el cierto es que hay muchos proveedores como Telefónica que podemos prevenir y evitar estos ataques. Lo importante, según Casas, “es tener una visión conjunta de la protección de todo el sistema”.

Introducir nuevas herramientas tecnológicas a las empresas obliga a formar a los trabajadores. Es aquello de renovarse o morir. “La formación ha cambiado radicalmente”, explica Chema Casas. “Antes tenías que desplazar a una persona para hacer formación y se hacían esporádicamente. Ahora, las formaciones son más ágiles, la manera de comunicar audiovisualmente es más atractiva y más accesible. El reto es que los trabajadores que realizaban el trabajo hasta ahora puedan realizar otros nuevos”. Telefónica tiene un proyecto, el de Escuela 42, que va en este sentido. Con sedes en Barcelona, Madrid, Bilbao y Málaga, es un campus presencial y gratuito sobre programación, abierto a todo tipo de talento, sin titulaciones ni estudios previos. Justamente, Medina cree que “lo más importante de la formación es la capacidad de adaptación de las personas. Es un factor clave. Que las personas salgan de la zona de confort, que no sean nostálgicos de la experiencia acumulada y que se adapten a los cambios”. Isabel Vidal tiene claro que desde que las nuevas tecnologías han cambiado el modelo de trabajo hay una frase en su empresa que ha quedado prohibida: eso no se puede hacer. “Durante mucho tiempo esta expresión había formado parte de la política de las empresas. Pero la revolución digital nos la ha cambiado. Y ahora todo es posible”.

En un contexto de alerta por la aceleración del cambio climático, por la falta de recursos, la digitalización de las empresas también puede tener un papel clave. Chema Casas considera que “la transformación verde y la digital van de la mano, son gemelas. Un ejemplo es el 5G, que cambiará las empresas y las ciudades y, de rebote, beneficiará a los ciudadanos. El 5G es una tecnología que hace falta para el incremento de la concurrencia de sensores inalámbricos. Dispositivos conectados que permiten regular las farolas de las ciudades, los contenedores de basura, los sistemas de riego de los parques... Se ahorrará millones de dinero y también habrá un ahorro de consumo energético. El 5G cambiará muchísimas cosas”, vaticina el directivo de Telefónica.

Medina cree que la digitalización “nos ha cambiado la mentalidad, las empresas son más permeables y están más atentas para aprender de otros negocios y otros sectores”. Vamos más rápido y hará falta más capacidad de poner en marcha ideas innovadoras. Porque las herramientas para sacarlas adelante ya las tenemos.●