

Encuentro **CincoDías** La tecnología como respuesta a los nuevos desafíos

Los retos de las telecomunicaciones en tiempos de pospandemia

La transformación tecnológica se acelera por el Covid

Aumenta el consumo y surgen nuevos servicios, como el teletrabajo o la salud

JULIA F. CADENAS
MADRID

El mundo de los negocios se encuentra inmerso en un proceso de profundos cambios, alentados más si cabe por la pandemia del coronavirus. La transformación cultural y digital que necesitan acometer las empresas es el enorme reto que deben abordar para adecuarse al contexto voluble causado por el Covid-19, que ha sacado a la luz la importancia y la dependencia de las redes de telecomunicaciones en España, un país con la red de fibra óptica más extensa de Europa y una de las coberturas más potentes de telefonía móvil.

Es lo que explicaron Meinrad Spenger, consejero delegado de MásMóvil, y Fernando López-Gamonal, socio director de Minsait Business Consulting, durante un encuentro organizado por **CincoDías** y Minsait Business Consulting, unidad de consultoría de negocio de Minsait, una compañía de Indra. “El mundo ha cambiado”, sostiene Spenger. “Ya más del 90% de los hogares tienen algún servicio de internet en casa y el 80% de esa proporción tiene ya fibra óptica. Nos queda el ámbito rural, invertir en fibra y en soluciones de 5G para cerrar definitivamente la brecha digital. Un objetivo que supone una oportunidad para los negocios porque facilitamos poder trabajar desde cualquier sitio”, añade el austriaco.

Hace un año, la población en España se vio reclusa en casa, lo que disparó la demanda de las redes de telecomunicaciones que asumieron el incremento de tráfico sin despeinarse. “En este último año hemos visto no solo un aumento del consumo de internet, sino también la aparición de nuevos servicios: el teletrabajo, la telemedicina, el deporte, la nutrición... Los servicios de salud, en términos generales, son los que más adeptos han ganado durante este tiempo”, explica el directivo del cuarto operador de telecomunicaciones en España.

Tres dimensiones clave

La propuesta de valor de la consultora de Minsait está enfocada en diseñar e implantar las soluciones necesarias para acometer la transformación digital y de los negocios.

► **Transformación de negocio.** “Desde el punto de vista de experiencia sectorial y de problemáticas concretas del cliente, planteamos soluciones basadas en experiencias y mejores prácticas de otras empresas y de otros sectores”, señala López-Gamonal.

► **Transformación digital.** “Llevamos con nosotros las capacidades tecnológicas y las soluciones que van a posibilitar que ese cambio ocurra”, concreta el directivo de Minsait.

► **Transformación cultural.** Para el consultor, la transformación cultural es un área muchas veces olvidada cuando una empresa acomete los cambios para convertirse en una compañía digital. “Es fundamental que los empleados de una compañía también se transformen. Cuando nosotros hacemos un proyecto de transformación lo hacemos para que nuestro cliente aprenda a hacer cosas de forma distinta”. Y pone un ejemplo: proyectos desarrollados sobre el principio de la inteligencia colaborativa. “Usamos una herramienta online en la que los equipos debaten sobre un proyecto”. Según López-Gamonal, la forma de hacer consultoría puede ayudar a transformar culturalmente a la compañía.



Fernando López-Gamonal, socio director de Minsait Business Consulting, y Meinrad Spenger, consejero delegado de MásMóvil. PABLO MONGE

En este contexto de transformación tecnológica acelerada, la consultoría desempeña un papel esencial. “Nuestros clientes demandan no solo un plan sino unas capacidades de transformación, un aporte de capacidades tecnológicas. Y nosotros, como parte del grupo Indra, líder tecnológico de este país, podemos ofertarlo”, explica al respecto López-Gamonal. “No solo es necesario diseñar esta transformación, también hay que ejecutarla y ejecutarla bien”. Para el experto, la consultoría necesita evolucionar hacia capacidades de ejecución “muy buenas y muy rápidas”.

Retos pendientes

El confinamiento puso a prueba la resistencia de las redes que la superaron con sobresaliente. Sin embargo, aún queda trabajo por hacer. “Las telecomunicaciones es un sector tractor de la economía, proveemos la conectividad de cualquier relación personal y profesional”, argumenta Spenger. Sin embargo, la evolución del sector no ha sido positiva en términos económicos. “Ha perdido el 35% de los ingresos en los últimos diez



La digitalización para nosotros es definir procesos más eficientes, más ágiles y que crean menos problemas a nuestros clientes

Meinrad Spenger
MÁS MÓVIL



Hay que explotar la inteligencia y el dato para ser más eficaces y eficientes internamente y ofrecer a los clientes una mejor experiencia

F. López-Gamonal
MINSAIT

años, el 25% del empleo y los retornos sobre las inversiones no son muy altos, incluso en algunos casos negativos”, enumera el directivo de MásMóvil. “Tenemos que pensar cómo reorientar el sector y eso significa atajar la tendencia a la baja de los precios. Perder el 35% de los ingresos es muy relevante, especialmente cuando consideramos que los productos y servicios que ofrecemos han crecido: Tenemos hoy un 60% más de líneas de internet en casa que hace diez años”, explica Spenger.

López-Gamonal coincide y añade a la lista de deberes nuevas tareas: “Las teleoperadoras tienen que transformarse digitalmente para ser mucho más rápidas y flexibles”. Según el consultor, el sector tradicional compite con *players* que juegan en otro terreno, uno completamente digital. “Hay que simplificar estructuras organizativas, procesos y sistemas; y todo ello parte de una transformación cultural que las telecos tienen que acometer internamente”. Enfrentarse a este reto supone una oportunidad, según el experto. “Hay que explotar la inteligencia y el dato para

internamente ser más eficientes y eficientes, y externamente ofrecer a los clientes una mejor experiencia e, incluso, abrir negocios nuevos que todavía no se han llegado a imaginar”, remacha López-Gamonal.

Para MásMóvil, el objetivo es claro: ser los mejores en términos de experiencia del cliente. “Este año hemos reducido en un 34% la proporción de clientes que reciben un mal servicio”, asegura Spenger. “La digitalización para nosotros es definir procesos más eficientes, más ágiles y que crean menos problemas”, añade el directivo de la teleco al respecto.

MásMóvil se encuentra en pleno proceso de diversificación: “Tenemos un millón de servicios adicionales a las áreas típicas del sector de telecomunicaciones”, señala. “En enero lanzamos con fuerza nuestro servicio energético y acabaremos este mes con unos 150.000 clientes que consumen nuestra energía 100% verde. La sostenibilidad es muy importante, somos el primer operador en toda Europa en alcanzar las cero emisiones netas de carbono ya en 2020”, concluye Spenger.