

## **ESTRUCTURA Y CRÍTICA DE LA INFORMACIÓN** **ENTREVISTA**

**Entrevistado:** Juan López Basavilbaso

**Puesto:** Director Financiero de Telefónica/Movistar

### **1) ¿Qué ventajas y desventajas cree que tiene la digitalización de contenidos?**

#### **VENTAJAS**

- A) Reducción de tiempos y costos.
- B) La eliminación de papeles en la oficina a través de la automatización de los procesos impacta directamente en ambos aspectos cruciales del negocio.
- C) Mejora en la calidad del servicio: a través del uso de herramientas tecnológicas, una compañía posee más información de su cliente para brindarle un servicio personalizado. Esto incrementa la eficiencia y la fidelidad y eleva la percepción positiva por parte de sus clientes.
- D) Optimización de procesos: a través de la tecnología, una compañía elimina procesos engorrosos y, a la vez, un alto porcentaje de errores.
- E) Integración de la compañía con el entorno: la integración es una parte vital del negocio que abre las puertas a nuevos mercados, clientes, partners y demás posibilidades de crecimiento global en forma rápida.
- F) Ventaja competitiva con respecto a las demás compañías: la evolución en tecnología de última generación implica ganar.
- G) Si entramos en el tema de digitalización de contenidos como fotografía, música y video, las ventajas están asociadas a la mayor calidad y sin efectos de distorsión ni pérdidas de fidelidad de lo digital en comparación a lo analógico. Menor costo por unidad de producción y menor tamaño relativo de los componentes.
- H) Digitalización de contenidos texto, audio y video mas la digitalización de redes de comunicación y extensión de protocolo IP y la capacidad de compartir funcionalidades entre dispositivos TV-PC-Teléfono son impulsores de cambio muy fuertes que han transformado la forma de trabajar, comunicarse y de entretenimiento y formas de consumo en forma drástica en muy poco tiempo.

Ejemplos no son necesarios.

Para mí el cambio impulsado principalmente por las nuevas necesidades de los clientes es un aspecto positivo.

I) Existe un círculo positivo virtuoso que en parte fue gatillado por la digitalización que se retroalimenta y que es 1) la nueva oferta de contenidos, mejora en la programación y calidad 2) aumentos de audiencia y clientes y mayor publicidad y o mayores ingresos 3) reducción del costo de los receptores, teléfonos, pcs y 4) mejora de tecnología y entre otros mayores anchos de banda para más gente y sigue el círculo virtuoso

J) Puede existir la sensación de despersonalización por parte de los clientes (call centres, IVRs) pero se ve compensado porque se puede individualizar la atención y la percepción de las necesidades de los clientes haciendo al extremo cada oferta de nuevos servicios casi personal (por ejemplo, uno puede programar lo que quiere ver en TV a través de los servicios vía Internet de venta individual de películas: uno elige lo que quiere ver casi sin restricciones y guardarlo en un dispositivo para verlo cuando quiera).

## **DESVENTAJAS**

- A) Temor sobre la nueva incorporación.
- B) Despersonalización: tanto con los clientes como entre los empleados.
- C) Cambio cultural: en el personal de la compañía, debe cambiar su manera de hacer su trabajo.
- D) Dependencia: cuando la tecnología significa depender de ella para la realización de todas las operaciones diarias, entonces se transforma en una desventaja. De la misma manera, la actualización permanente se transforma en una obligación si de eso depende mantener el liderazgo o la ventaja competitiva en el mercado.
- E) Saturación de información: la información en tiempo y forma es una herramienta ineludiblemente estratégica, para una compañía, al momento de tomar la decisión correcta; pero el ingreso y la sobreabundancia de información se torna un obstáculo por la imposibilidad de asimilar los datos disponibles en el Mercado.
- F) Aumento de la desocupación: el incremento de tecnología innovadora y de última generación contribuye, en muchos casos, a la desocupación, ya que resuelve situaciones en menos tiempo y con menor cantidad de recursos. Esto

puede ser verdad en el corto plazo. En el mediano plazo la aparición de nuevas tecnologías o cambios provocan desarrollo y oportunidades que se aprovechan de la mano de la educación y la mayor preparación de los individuos. Por otra parte no subirse a este tren puede a la larga tener el mismo efecto negativo.

- G) La velocidad del cambio se puede convertir en una desventaja en especial para las empresas mas tradicionales porque su nivel de adaptación tiene que ser enorme y la aparición de nuevos competidores es fácil y con poco costo (por ejemplo en la industria cinematográfica tanto producción como programación). Se puede ver como un punto positivo.

## **2) ¿Cuál es el mayor desafío con que se enfrenta la industria de contenidos frente a lo digital?**

- a) El cambio constante.
- b) No hay un modelo de negocios quieto. Ni los ejecutivos de un mismo sector ven un modelo claro de negocios que haga estable las predicciones. Por ejemplo en televisión hay enfocados en la publicidad llamada tradicional, otros creen en un híbrido entre tradicional y cargos a clientes, otros se enfocan principalmente en los clientes (casi un pay per view a través de internet).
- c) Conocimiento profundo del cliente sabiendo que sus necesidades y pretensiones cambiarán muy rápido.
- d) Realizar correctas asociaciones (Cables con empresas de producción de programas por ejemplo)
- e) Focalizar en el cliente y que hoy no es necesariamente el que paga. Una parte muy importante de las decisiones de gasto en comunicaciones, entretenimiento, internet, televisión las toman los menores de edad que no son los que finalmente pagan.

## **3) ¿Qué factores son los que influyen en la generación y distribución de contenidos digitales?**

Creo que esta contestado un poco antes.

## **4) En caso de Movistar en qué medida contribuyó la digitalización de contenidos al crecimiento de la empresa?**

En el caso de las empresas de telefonía fija y celular el cambio se observó principalmente en mayor número de clientes como consecuencia del círculo virtuoso que se comentó antes.

- Mucha mayor importancia de internet a través de líneas telefónicas fijas. El consumo fijo cayendo fue reemplazo por un mayor uso de internet.
- Mejor distribución de ingresos cayendo la importancia relativa del servicio de voz en comparación al SMS y MMS, chat, acceso a internet.

En otras palabras la digitalización permite muchas más posibilidades de comunicarse que solo la voz. Solo veamos lo que hacemos con un teléfono celular hoy en día en relación a pocos años atrás y se tiene la respuesta de lo que se observa en los ingresos y gastos de las empresas de telecomunicaciones.

### **5) ¿Qué valores considera fundamentales para una empresa como la suya?**

El orgullo de pertenencia fue siempre un gran valor en Movistar. No es solo que Movistar haya cambiado, es el mundo el que ha cambiado y ahora las cosas son mucho más dinámicas. La gente que trabaja en Movistar se siente orgullosa de trabajar en la compañía, piensa que es un proyecto de realidad y de futuro muy relevante. Todos somos muy conscientes de que estamos en el mercado, que no somos los únicos, que hacemos algunas cosas bien y otras no tanto y creo que fuimos cambiando con los tiempos. ¿Qué sería lo ideal? Probablemente tener un sentimiento claro de estar en el mercado con los atributos del nuevo mundo y al tiempo con un sentimiento hondo de que estamos en la mejor compañía y que vamos a dejar el alma en ella. De esta manera, es posible encontrar empleados que tengan la predisposición suficiente para mantener una empresa a la par de los cambios que se viven a su alrededor.

### **6) ¿Cómo ve el impacto de la web en el mundo corporativo de acá en adelante?**

En el nivel de las marcas y las empresas, va a ser uno de los cambios de comunicación más fuertes si ya no lo es. La gran mayoría de las cosas van a pasar por la web. La web va a ser el canal numero uno de las empresas y esto va a generar muchos cambios en las empresas. Va a haber un cambio en el pensamiento de los directivos, en la formación de los empleados, de los profesionales. El profesional de marketing, de comunicaciones, de prensa, comercial tiene que cambiar su mentalidad y su formación para adaptarse a todos estos cambios que se están dando.

### **7) ¿Qué piensa de las redes sociales como modos de promoción de las empresas?**

Las redes sociales se han transformado en una herramienta de marketing indispensable a cualquier empresa. Además, estas redes permiten a las empresas comunicarse directamente con sus clientes y obtener así sus impresiones, quejas o sugerencias.