

NOTA DE PRENSA

LA NUEVA UNIDAD GLOBAL DE CONSUMO DIGITAL DE TELEFÓNICA IMPULSARÁ LA TRANSFORMACIÓN DE LOS PROCESOS DE VENTA Y LA INNOVACIÓN

- La unidad, dirigida por Chema Alonso, tiene como objetivo que los procesos de venta y la relación con clientes en el área de consumo sean más digitales, rápidos y sencillos.
- Potenciará la innovación en nuevos productos y servicios digitales, con especial foco en el hogar digital, así como la innovación en redes y la relación con el ecosistema de emprendimiento.

Madrid, 30 de enero de 2020.- Telefónica ha anunciado hoy la organización de su nueva unidad global de Consumo Digital (CDCO) como parte del [plan de acción](#) que anunció el pasado noviembre como catalizador de la transformación de la compañía. Liderada por Chema Alonso, hasta ahora responsable de la estrategia de datos y proyecto de inteligencia cognitiva de Telefónica, la unidad tendrá como principales objetivos transformar y acelerar los procesos de venta de productos y servicios, así como la relación con los clientes en el área de consumo haciéndolos más digitales, rápidos y sencillos.

La unidad será también responsable de impulsar la innovación a todos los niveles dentro de la compañía. Por un lado, potenciando el desarrollo y lanzamiento de nuevos productos y servicios digitales, especialmente en el ámbito del hogar digital, apoyados en las capacidades tecnológicas de la cuarta plataforma donde se encuentran homogeneizados todos los datos que se generan en la compañía. Uno de los grandes proyectos tecnológicos de Telefónica en los últimos años, la cuarta plataforma le permitirá también seguir innovando en nuevos modelos de relación con el cliente a través de Aura, su asistente virtual con inteligencia artificial. Por otro lado, impulsará también la innovación en áreas –core- estratégicas como las redes en colaboración con otras unidades de la compañía; y afianzará su programa de innovación abierta con el ecosistema emprendedor.

Además de con Chema Alonso al frente como director de la unidad global de Consumo Digital (CDCO-Chief Digital Consumer Officer), la unidad contará con un equipo directivo conformado por un grupo de profesionales de Telefónica con una amplia experiencia en el sector de las telecomunicaciones.

Francisco José Montalvo, como director de datos (Chief Data Officer) tiene como misión desplegar y explotar las capacidades comunes de los productos basados en datos y maximizar las sinergias entre las diferentes operaciones de Telefónica en el mundo. Será responsable también, como hasta ahora, del proyecto de cuarta plataforma que está permitiendo no solo el lanzamiento e integración en la misma de nuevos productos y servicios como Aura, sino también grandes eficiencias a nivel interno en procesos como la personalización de la oferta o la integración de las tecnologías de los servicios de atención al cliente.

David del Val, director de innovación estratégica (Core Innovation), se responsabilizará de la innovación en plataformas; el impulso de la innovación en las redes como el edge computing; y de iniciativas como Internet para Todos que en Perú ha llevado ya conectividad de internet móvil a más de un millón de personas en zonas remotas gracias a un innovador modelo de gestión y despliegue de redes.

Antonio Guzmán, director de hogar digital (Digital Home), impulsará el desarrollo de nuevos productos y servicios para el hogar bajo un modelo que integra todo el ecosistema de dispositivos y servicios en el hogar en una misma plataforma y el desarrollo de Aura. Servicios como Smart WiFi para gestionar la conectividad; Movistar Home, el dispositivo inteligente para el hogar de Telefónica; o las Movistar Living Apps, aplicaciones exclusivas desarrolladas por terceros para que los clientes las disfruten cómodamente desde el salón de su casa.

Por su parte, Fabio Bruggioni, como director comercial de consumo digital (Digital Consumer), tendrá como misión el desarrollo de nuevos productos como Movistar Money o Movistar Car, así como la transformación y digitalización de los procesos comerciales. Todo ello con el objetivo de generar eficiencias en los procesos de venta y generar una experiencia de cliente homogeneizada y personalizada en todos los canales.

La nueva red de innovación abierta (Connected Open Innovation) estará ahora integrada en esta unidad global de Consumo Digital y dirigida por Irene Gómez, directora hasta la fecha de Aura. Desde esta red se seguirá impulsando la colaboración con el ecosistema emprendedor con el objetivo de localizar nuevas oportunidades de servicios digitales y tecnologías e integrarlas en el negocio de la compañía. Entre estas iniciativas se encuentran Wayra y Open Future que seguirán al cargo de Miguel Arias como director de emprendimiento.

Rubén Mellado, director de tecnología y operaciones de servicios de entretenimiento, tendrá como objetivo principal incrementar la oferta de este tipo de servicios como el vídeo.

Finalmente, José Palazón, director de tecnología (CTO); José Parada, director de seguridad de la información (CISO); Olvido Nicolás, directora de marketing; María Garzón, directora de control; y Gabriela Gross como responsable de Personas, completan la estructura organizativa de la nueva unidad global de Consumo Digital de Telefónica anunciada hoy en el marco del [nuevo plan de compañía](#).

El plan contempla la puesta en marcha de cinco decisiones estratégicas: foco en sus cuatro mercados clave (España, Brasil, Reino Unido y Alemania); la creación de [Telefónica Tech](#) para impulsar el crecimiento de los servicios digitales de IoT/Big Data, cloud y ciberseguridad y captar interés inversor; la creación de Telefónica Infra para aflorar el valor de activos de telecomunicaciones; [el spin-off operativo de Hispam](#) para unificar gestión, capturar sinergias operativas y atraer inversión; y, por último, la reorganización del centro corporativo para adaptarlo a la nueva Telefónica.

