

NOTA DE PRENSA

PRESS RELEASE

Durante la presentación de la iniciativa "España empresa digital"

M^a JESÚS ALMAZOR SEÑALA QUE LA DIGITALIZACIÓN ES EL FACTOR CLAVE PARA QUE LAS PYMES INCREMENTEN SUS VENTAS

- **La consejera delegada de Telefónica España ha resaltado que hay una relación directa entre la capacidad digital de las empresas y el incremento del producto interior bruto (PIB) de los países.**
- **En su presentación también ha anunciado la consolidación de un nuevo tipo de cliente, el 'cliente digital', que demanda interacción constante, inmediatez, nuevas experiencias y relación multicanal.**

Madrid, 5 de marzo de 2019.- María Jesús Almazor, consejera delegada de Telefónica España, ha señalado hoy en la Cámara de Comercio de España que la digitalización es la principal herramienta para facilitar la competitividad de las pymes, ya que le permite alcanzar los 3 objetivos que hacen prospero un negocio y que son: la mejora de las ventas y de la relación con los clientes, el incremento de la productividad y el ahorro y control de costes.

María Jesús Almazor, que ha participado en la jornada que se ha celebrado para presentar el plan "España empresa digital" organizado por la Cámara de Comercio Española en colaboración la Red de Cámaras de España, ha explicado durante su intervención los beneficios de la transformación digital para los ecosistemas empresariales y países que apuestan por ella.

"Tenemos estimaciones que nos indican que fomentando la economía digital conseguiremos incrementar sensiblemente el PIB en el 2020. Esta información nos reafirma en la idea de que vivimos una nueva revolución, caracterizada por la hiperconectividad y un crecimiento exponencial de los datos que son utilizados para generar un mayor conocimiento del individuo y el mundo que nos rodea. Ambos elementos se convierten en los ejes principales de un modelo económico cada vez más globalizado en el que el mundo digital y el físico se complementan conformando las 2 caras de una misma moneda".

La consejera delegada también ha explicado como esta transformación de la sociedad viene de la mano de un nuevo tipo de cliente, el 'cliente digital', que tiene un nivel de digitalización mayor que el que tienen muchas empresas y que busca adquirir productos y servicios de forma diferente. "El potencial comprador se apoya en las nuevas tecnologías para buscar otro tipo de relación con los fabricantes y comercios con los que se relaciona. Ahora se busca una interacción clara, inmediata y

personalizada. El producto por sí solo ya no vende, por lo que la venta está muy ligada a la experiencia del cliente. Una experiencia de compra que ya no se realiza a través de un único canal y en la que la figura del comprador deja de ser pasiva”.

Pero la atención a este 'cliente digital' sólo será posible si se introducen nuevas tecnologías y formas de trabajar que empaticen con el usuario y que pasen por: incorporar una conectividad sin límites - basada en una banda ancha fija y móvil-, la incorporación de aplicaciones de gestión y ofimáticas que hagan más eficaces los procesos, la creación de puestos de trabajo digitales con movilidad y la puesta en marcha de plataformas omnicanales para relacionarse con los clientes siguiendo sus preferencias.

“Mediante la digitalización, las pymes tienen la oportunidad de reorientar sus modelos de gestión de y de generación de valor para obtener la atención y confianza del cliente y crear una nueva vinculación con este nuevo consumidor digital”, concluye María Jesús Almazor.