



Texto

Laura del Río

EL TELETRABAJO HA LLEGADO PARA QUEDARSE, PERO ¿DE QUÉ MANERA?

Digitalizar al usuario

España, -a pesar de poseer una de las mayores redes de fibra óptica de Europa-, es el quinto país de la Unión Europea (UE) peor preparado para el teletrabajo, pese a que el 32% de los trabajos pueden ser realizados enteramente desde casa, según un estudio llevado a cabo por los investigadores Juan César Palomino, de la Universidad de Oxford, Juan Gabriel Rodríguez y Riquel Sebastián, ambos de la Universidad

Complutense de Madrid. Si bien es cierto que el nivel de preparación de las empresas ha ido dilatándose en el tiempo, estos meses de confinamiento a causa de la Covid-19 han demostrado que son capaces de adoptar la tecnología necesaria rápidamente. El mayor problema quizá sea cultural y del modelo productivo español, que exige, en gran medida, trabajo presencial.

En el evento de Digital Workplace de Computing se reunieron CIO y expertos TI para hablar de cómo han abordado la carrera contrarreloj para extender en sus organizaciones el trabajo remoto en estos tiempos de pandemia, y si creen que -a pesar de que el humano es un ser sociable- esta tendencia ha llegado para quedarse, y que más que una digitalización de las organizaciones precisa de una digitalización del propio empleado.

Todavía existen muchos aspectos que pulir para que las empresas puedan afirmar que cuentan con una estrategia de teletrabajo sólida. “Una cosa es preparar los equipos y sistemas de prisa y corriendo para trabajar una temporada desde casa, y otra muy distinta es estar preparados para que esta situación se alargue en el tiempo”, reconoció Roberto Monfort, CIO de Obremo. No obstante, es innegable que la atípica situación que hemos vivido ha marcado un antes y un después para la implantación del digital workplace en las compañías, “como en su día el incendio del edificio Windsor supuso un cambio para el mundo del backup”, comparó el CIO.

A hilo de lo dicho por Monfort, Genaro Escudero, EMEA Solutions Lead, Workplace Transformation de Dell Technologies, indicó que, efectivamente, las empresas tienen que afinar y perfeccionar su estrategia de teletrabajo. “Muchas compañías confunden teletrabajo con movilidad. El primero supone que un empleado pueda trabajar desde casa de forma habitual, con las mismas




GONZALO DIE, MANAGING DIRECTOR DE ACCENTURE
“MOVILIDAD, PERSONALIZACIÓN Y CONTINUIDAD DE NEGOCIO”


Desde que comenzó el estado de alarma, para Accenture y Avanade ha sido una prioridad ayudar a nuestros clientes -empresas del sector de la Banca, la AAPP y, por supuesto, de retail...- a montar un entorno de teletrabajo sólido y seguro. En Accenture trabajamos con la plataforma de colaboración Microsoft 365, utilizada por más de medio millón de nuestros empleados de manera intensiva; en esta crisis hemos incrementado el uso del vídeo en Microsoft Teams un 500%. En la situación actual estamos apoyando a

nuestros clientes a mantener su productividad mediante la implantación de un entorno de trabajo digital flexible. El teletrabajo aporta a las empresas y sus empleados tres elementos fundamentales: la posibilidad de trabajar en cualquier momento y lugar, lo que requiere una cultura digital; atender a las necesidades de los clientes sin dejar de lado la transparencia y el compromiso; y garantizar la continuidad del negocio, manteniendo las relaciones con los clientes, proveedores y partners con un soporte efectivo.

SANTIAGO CAMPUZANO, IBERIA REGIONAL DIRECTOR DE CITRIX
“SE DEBE FACILITAR LA CONFIGURACIÓN DE LA SEGURIDAD ASOCIADA AL USUARIO”


Cuando hablamos de digital workplace nos referimos a que el puesto de trabajo está capacitado para seguir al usuario allá donde esté, en definitiva, a un modelo de movilidad absoluta. No en vano, uno de los lemas de Citrix es 'You can inspire wherever you are'. Este modelo ofrece múltiples ventajas, como la capacidad de hacer revisiones continuadas, replicar la experiencia digital de la oficina en cualquier entorno, y facilitar una configuración de la seguridad asociada al usuario y no al dispositivo

desde el que trabaje, lo que está directamente relacionado con una adecuada gestión de accesos e identidad digital.

La implantación del digital workplace exige ciertos cambios tecnológicos no muy complicados por parte de las empresas; pero también conlleva nuevos retos de liderazgo y cultura dentro de la organización. Esto se traduce en buscar el equilibrio entre la libertad y la responsabilidad, evitando el micromanagement y fomentando la dirección por objetivos con unos KPI muy claros de productividad.

garantías de accesibilidad y seguridad que en la oficina; y el segundo se traduce en que el empleado pueda acceder a los sistemas de la compañía desde cualquier lugar en momentos puntuales”.

Eva Patricia Gil, directora de Gestión de Procesos del Área de Tecnología de la Universitat Oberta de Catalunya, refuerza este argumento. “Nosotros ya hacíamos teletrabajo de manera parcial, proveyendo a nuestro personal de accesos seguros a nuestra red, pero el resto de los elementos corrían por cuenta de los empleados al ser una medida voluntaria”. Sin embargo, durante el confinamiento, la nueva situación se ha impuesto para todos, y “la institución ha pasado a responsabilizarse de asegurar la continuidad de la actividad dotando a las personas que lo necesiten del equipo necesario: ordenadores, monitores, adaptadores



10

EN PORTADA

El nuevo puesto de trabajo

**GENARO ESCUDERO, EMEA SOLUTIONS LEAD, WORKPLACE TRANSFORMATION DE DELL TECHNOLOGIES****“DIGITAL WORKPLACE: HARDWARE, SOFTWARE Y CULTURA DIGITAL”**

La crisis derivada de la Covid-19 nos ha llevado a comprender la importancia intrínseca del digital workplace, ya no como una mera cuestión técnica o para facilitar el trabajo remoto a los empleados, sino como un conjunto de medidas que van desde facilitar a los empleados los equipos, las soluciones y el acceso a los sistemas; hasta la gestión de las aplicaciones y la seguridad de los datos según el caso de uso y la necesidad de cada negocio.

No cabe duda de que el entorno móvil

se traduce en un perímetro más abierto y flexible, pero no debe significar menos controlado.

En definitiva, el digital workplace abarca todo un entorno que aúna soluciones de hardware y software y de cultura digital, y que optimiza los niveles de productividad y ahorro de costes de las organizaciones aportando importantes beneficios. Un modelo que, de perpetuarse, ha de regularse; pero que, sin duda alguna, ha llegado para quedarse.

RAFAEL ÁLVAREZ, ACCOUNT MANAGER DE IAAS365**“CONTROL DE LOS RECURSOS, LA PRODUCTIVIDAD Y LOS ACCESOS”**

Los últimos meses de confinamiento han supuesto el auge del teletrabajo, que ha sido más fácil de asimilar por aquellas empresas con un ADN digital. Trazar VPN hacia los hogares de media España e implantar herramientas colaborativas han sido las medidas más inmediatas. Aparejado a este nuevo escenario, la cloud local de IaaS365 ha vivido una explosión de la demanda en su modelo SaaS de pago por uso.

El digital workplace dota al empleado del don de la ubicuidad, aprovechando

redes y dispositivos más allá de los meramente empresariales, lo que alarga el tiempo de vida de ciertos recursos corporativos que no están tan ‘machacados’ por el uso. También permite conocer los accesos a ciertas aplicaciones, para qué se utilizan y cuánto se utilizan por parte de los empleados, facilitando el control de la productividad de la empresa. Y, además, facilita la limitación de acceso de los usuarios únicamente a aquellos archivos que necesitan para desarrollar su actividad, preservando la seguridad de los datos.

La transformación cultural es la pariente pobre de la digitalización

USB wifi, sillas ergonómicas, etc.”. Y, si el teletrabajo ha llegado para quedarse, existen muchas más cuestiones que hay que plantearse para llegar a definir el caso de uso, “como la gestión de espacios y el tipo de equipamiento a aprovisionar”.

En este sentido, Enrique Salgado, Global IT Manager de Cabify, ve la oficina como una “commodity”, y cree conveniente imponer “dos o tres días de teletrabajo a la semana” después del estado de alarma. Obviamente, este planteamiento es más sencillo para empresas como Cabify, una compañía que está 100% en la cloud de Google, en la que todos los empleados cuentan con portátiles y en la que las áreas de Producto y Desarrollo ya trabajaban en remoto. No obstante, están creando un “framework de teletrabajo”, que recoge las medidas de adecuación y protección de riesgos labo-

rales pertinentes. “Los empleados que se puedan adherir a este framework podrán teletrabajar, y los que no, irán a la oficina”, dijo Salgado.

Momento de cambio

Las crisis siempre traen consigo la oportunidad de hacer algo disruptivo, de transformarse o reinventarse. Lo ambicioso que pueda ser esta disrupción depende del presupuesto con el que contemos, y de la forma de invertirlo. Sobre esta cuestión planteó sus dudas Jesús Prieto, director corporativo de Infraestructuras y Operaciones TI del Grupo Santalucía: “Aún estamos estudiando cómo abordar la estrategia de teletrabajo más adecuada. Para nosotros, por ejemplo, reemplazar un ordenador de sobremesa, -que comparten varios empleados por turnos-, por sendos portátiles, supone una





inversión muy elevada”, explicó. Gonzalo Die, managing director de Accenture, salió al paso diciendo que, con la tecnología adecuada, todo es posible. “Nosotros tenemos un cliente de Banca al que hemos ayudado a hacer móvil cada puesto de trabajo de su call center llevando los sistemas a la cloud. Una vez estas en la nube, puedes, incluso, implantar chatbots y mejorar hasta un 30% la eficiencia”. Santiago Campuzano, Iberia Regional Director de Citrix, también quiso añadir su grano de arena: “Hasta 60.000 empleados de call center trabajan desde su casa con la tecnología de Citrix. Un caso de éxito es el que desarrollamos virtualizando los puestos de trabajo de Comdata con NetApp”.

A mitad de febrero, el grupo de transportes Transonuba, comenzó a implementar un plan de digital workplace valiéndose de la tecnología de Citrix y Windows para acceder a escritorios remotos, junto con la adquisición de equipos y grandes monitores para que los empleados los instalaran en sus hogares, accesos VPN, etcétera. “Los responsables de cada departamento se encargan de medir la productividad de su área, que está resultando ser buena”, se alegró Luigi Gutiérrez, CIO del grupo.

La puesta a punto del trabajo remoto ha hecho que las empresas confíen en sus departamentos de TI, los cuales se han enfrentado a un gran desafío. “Nuestros partners en este proceso han sido Dell y Citrix”, -contó David Peláez, CIO de Artai-, y, “aunque finalmente hemos podido desenvolvernos sin mayor problema, está claro que lo que más tiene que cambiar es la cultura de empresa”. Existe una necesidad de concienciar a las personas para que vean que “no es necesario estar siempre atrincherados en la oficina ‘picando’ piedra”.

La tecnología por y para las personas

Implementar una estrategia de digital workplace es, probablemente, el proceso que más necesita de la implicación de todos y cada uno de los empleados. Desde Recursos Humanos, hasta el departamento legal o financiero -“quizá los más reacios a trabajar con TI día a día”- deben ser partícipes para que la transformación cultural en las empresas deje de ser lo que en el encuentro llamaron “la pariente pobre de la digitalización”. Crear un área específica para la transformación digital -independiente del departamento TI- fue una de las soluciones propuestas en el encuentro para facilitar la gestión global de las iniciativas digitales y los diferentes equipos de la empresa. “Sería bueno crear un área que coordine personas, equipos y sistemas en la organización y el uso que se hace de ellos”.

Atendiendo a las personas, Javier Álvarez, CIO de Heineken, dijo haber realizado una encuesta a sus empleados de la que extrajeron que un 50-60% de ellos eran más productivos teletrabajando. Al ser una compañía internacional, el ejemplo de las filiales en otros países les hizo prepararse con un poco de antelación ante la pandemia. “En las plantas de producción es imposible implantar el trabajo remoto, pero sí lo hemos hecho en las oficinas centrales, y hemos digitalizado los puntos de venta y la comunicación con el usuario”. Esta comunicación se ha hecho fundamental en un sector que se ha visto muy afectado por la crisis debido al freno de la venta y distribución de sus productos, -Heineken y Cruzcampo en la restauración-.

Andreea Niculcea, Chief Digital Transformation Officer de Banca March, afirmó haber puesto el foco en potenciar la relación empleado-cliente. En su caso, Microsoft Teams y WebEx de Cisco han sido las herramientas colaborativas que más han utilizado para hacer “un mix entre la experiencia virtual y presencial de empleados y gestores”. En este sentido, una conexión a Internet estable es la base sobre la que se asienta la continuidad del negocio, “el sector de las telecomunicaciones se ha enfrentado a un gran reto”.

¿Qué hay de la seguridad?

Las herramientas colaborativas han jugado un papel fundamental en los últimos meses. No obstante, su uso -desconocido para muchos hasta hace poco- puede conducir a los usuarios a correr riesgos, como compartir pantalla mostrando información sensible, compartir un documento sin los rights managements activados, o mostrar información documental arriesgándose a que tu interlocutor haga una captura de pantalla para guardarse esa información. Los ejemplos son numerosos.

“Todos los entornos se pueden securizar, el problema es que no se hace, o no se hace adecuadamente”, dijo Santiago Campuzano. Limitar los accesos VPN y permitir únicamente el uso de dispositivos corporativos para la actividad laboral, son solo un par de las muchas medidas que existen para que el digital workplace tenga el mismo nivel de seguridad que el entorno de la oficina.

Imaginando cómo será el negocio tras la vuelta a la normalidad, desde Accenture recomiendan a las compañías: dar prioridad a las personas, diseñar espacios de trabajo inclusivos y seguros, planificar las estrategias por fases y formar equipos para llevar adelante este ‘business unusual’, adaptar una estructura de costes flexible y prepararse para la próxima generación de smart working. ■



ASISTENTES

- 1 Andreea Niculcea, Banca March
- 2 David Peláez, Artai
- 3 Eva Gil, Universitat Oberta de Catalunya
- 4 Enrique Salgado, Cabify
- 5 Javier Álvarez, Heineken
- 6 Jesús Prieto, Grupo Santalucía
- 7 Luigi Gutiérrez, Grupo Transonuba
- 8 Roberto Monfort, Obremo

