



MADRID, 25 DE ABRIL DE 2018
BARCELONA, 10 DE MAYO DE 2018

VÉRTIGO 4.0. IMPACTO DE LA ROBOTIZACIÓN EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL

Lo esencial del evento



AGENDA



Introducción

Participantes y agenda

Silvia Leal: el impacto de la IA, oportunidad y amenaza

La visión de Esker: gestión eficiente y doble inteligencia

Penteco: la transformación digital del servicio al cliente

Panel de expertos

Resumen y conclusiones

INTRODUCCIÓN

La inteligencia artificial está ya presente en todos los aspectos de nuestra vida, y en las empresas. Los modelos de gestión, los procesos administrativos y hasta los puestos de trabajo se están viendo afectados por un cambio sin precedentes.

Con esta perspectiva, y como compañía especializada en la gestión inteligente del flujo de información entre clientes y proveedores, Esker se proponía abordar este cambio de paradigma, que va mucho más allá de la transformación digital. Y lo hizo en el marco de dos eventos, en Madrid y Barcelona, que analizaron el impacto real de estas tecnologías en la gestión empresarial.

"Vértigo 4.0: impacto de la robotización en la gestión empresarial" tuvo lugar en Madrid el 25 de abril en el espacio COMO, y en Barcelona el 10 de mayo en El Portal de L'Eixample. A lo largo de una mañana, diferentes expertos aportaron sus puntos de vista sobre este mundo cambiante. El objetivo era ofrecer una visión realista de las tendencias tecnológicas que están impactando en la gestión empresarial: inteligencia artificial, machine learning, RPA... Y en definitiva, ayudar a mitigar el "vértigo" ocasionado por el cambio tecnológico.



PARTICIPANTES Y AGENDA

Pasadas ligeramente las 10.00h, y tras media hora de café mientras se acreditaban los asistentes, Coralie Marty, directora de Marketing de Esker Ibérica, realizó una breve introducción de la jornada. Presentó a Silvia Leal, que actuaría como conductora, luego al resto de los participantes, y desglosó la agenda del evento, que incluía los siguientes momentos estelares:

- **Silvia Leal:** "El impacto de la IA como oportunidad y amenaza ante la falta de acción".
- **Jesús Midón**, director general de Esker Ibérica: "Vértigo 4.0, gestión eficiente con doble inteligencia".
- **Lucio Martínez de Salazar**, consultor experto de Penteo: "Situación de la transformación digital en el Servicio al Cliente en España".
- **Panel de expertos:**
 - **En Madrid:** Moderado por Silvia Leal, con la **participación Rosa Allegue**, CFO de Skechers; **Irene Ballesteros**, responsable del área de Atención al Canal de Logista Pharma; y **Germán Álvarez**, manager de Mejora Continua de Xylem Water Solutions. El panel contaría también con la intervención de **Marcos Navarro**, Partner & IT Advisor en Antites.



Rosa Allegue
Skechers



Irene Ballesteros
Logista Pharma



Germán Álvarez
Xylem



Marcos Navarro
Antites

- **En Barcelona**, también moderado por Silvia, con **Anna Costa**, responsable de CS para la división retail de GB Foods; **Ariadna Cussó**, directora de CS en Lindt&Sprüngli; **Yolanda Llovera**, directora de procesos Order-to-Cash de Puig; y **Sara Cristeto**, responsable de CS en Frit Ravich.



Anna Costa
GB Foods



Ariadna Cussó
Lindt & Sprüngli



Yolanda Llovera
Puig

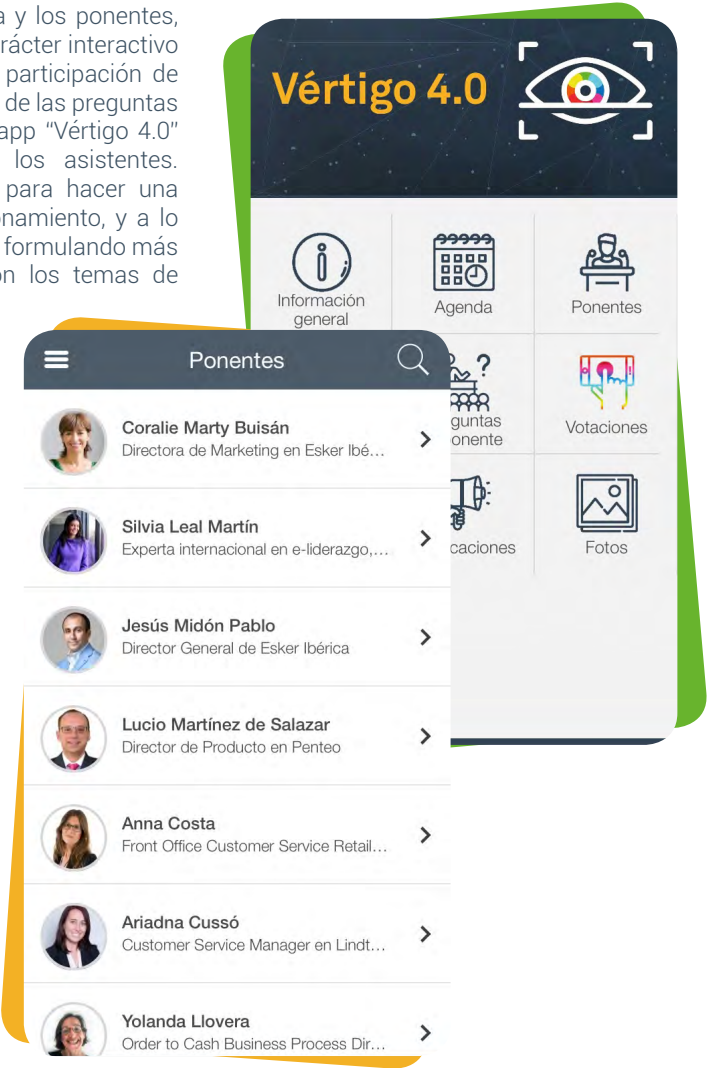


Sara Cristeto
Frit Ravich

- **Cóctel y networking**



Pero, además de la agenda y los ponentes, Coralie quiso destacar el carácter interactivo de la jornada, abierta a la participación de todos. Por ejemplo, a través de las preguntas que se lanzarían desde la app “Vértigo 4.0” puesta a disposición de los asistentes. Aprovechó en este punto para hacer una demostración de su funcionamiento, y a lo largo de la sesión se fueron formulando más preguntas relacionadas con los temas de cada ponencia.



SILVIA LEAL: EL IMPACTO DE LA IA, OPORTUNIDAD Y AMENAZA

Silvia Leal dio comienzo a las conferencias. Experta en innovación y transformación digital, Silvia ha publicado recientemente el libro "No te vas a morir", que precisamente aporta respuestas a las preguntas que el tsunami digital está suscitando en torno a las empresas, las profesiones y los puestos de trabajo. Con una premisa clara: los cambios tecnológicos vienen como una gran oportunidad, pero la inacción -de empresas, instituciones, gobiernos de países...- es lo que puede convertirlos en una amenaza.

Silvia comenzó su presentación relatando el caso de Atari, la empresa de videojuegos que ganó 3.000 millones de dólares en una década, gracias a su ping pong electrónico, al que todos lo que tenemos cierta edad hemos jugado, en el que la pelota era cuadrada. Complacidos de su éxito e incapaces de prever la transformación digital que venía, la empresa fue perdiendo sitio en el mercado hasta prácticamente desaparecer en los años 90.



Para Silvia Leal, no estamos realmente ante un tsunami, porque ante estos suele haber muy poco tiempo para escapar. En cambio, la transformación que viene nos está enviando avisos que nos permiten la posibilidad de prepararnos. Y aportó una serie de datos: por ejemplo, que **en la actualidad el 10% de las tareas industriales** están a cargo de robots, pero unos años serán el 45%; o que la OCDE ha vaticinado que el **80% de los trabajos** no serán como los conocemos hoy. Por lo tanto, "debemos subirnos a la ola y centrarnos en aprovechar la oportunidad".

De acuerdo con estudios publicados, la inteligencia artificial va a eliminar 1,8 millones de empleos en cuatro años, pero según Silvia se habla poco de los **2,3 millones que va a crear**, eso sí, la mayoría relacionados con nuevas profesiones. Si hablamos de empresas, Internet de las Cosas va a generar, sólo en cuatro años, el doble de negocio en la industria farmacéutica, pero se espera que en 10 años lo multiplique por seis. Pero nos tenemos que formar. Es necesario que en España se fomente una cultura que favorezca la innovación, y personas y empresas que se atrevan con ella.

Tres son los ámbitos en los que recomienda centrarnos: Internet de las Cosas, que está detrás de grandes avances médicos o de la reducción de los costes de tratamientos de pacientes, y podría cambiar el mundo del marketing, la educación, el consumo energético y las propias ciudades donde vivimos; Robótica, cada vez más presente en la atención al cliente, en el cuidado de ancianos o de niños discapacitados, pero sobre todo en el ámbito industrial; y Big Data e IA, tecnologías que, unidas, permiten crear máquinas que razonan y aprenden, y es un negocio que va a generar **968.000 millones de dólares en cuatro años**, con aplicaciones que desarrollan la creatividad, la intuición y la empatía.

Pero para aprovechar el impacto de estas tecnologías, necesitamos cultura, personas y actitud. **Sólo el 7% de las personas** en España van comprometidas y con energía a su puesto de trabajo. Según estudios, la motivación explica el 50% de la fidelidad de un cliente, el 29% de los resultados de una compañía y el 44% de la posibilidad de salir de números rojos. Frente a esa pasión que necesitamos, el principal obstáculo es el miedo. Además, Silvia considera fundamental **la formación**. Y primordialmente, fomentar en nuestro país los estudios de matemáticas, disciplina en la que España está a la cola de los países de la OCDE, y según estudios como uno reciente del Banco de España, es la que más incidencia tiene a la hora desarrollar una buena carrera profesional.

Para Silvia Leal, tenemos suerte de vivir estos años de transformación, ya estamos ante una nueva era caracterizada por nuevas tecnologías que nos van a hacer la vida más fácil, conseguirán aumentar nuestra productividad hasta niveles insospechados y, sobre todo, serán capaces de generar empleos y de hacer crecer a las empresas que entiendan el cambio y apuesten por él.



LA VISIÓN DE ESKER: GESTIÓN EFICIENTE Y DOBLE INTELIGENCIA

La intervención de Jesús Midón, director general de Esker Ibérica, comenzó respondiendo a la pregunta con que le cedió el testigo Silvia Leal: "¿en qué consiste la automatización inteligente para la gestión 4.0?" – "Te voy a empezar contestando lo que no es. Muchos piensan que automatizar es recortar gente, externalizar un departamento administrativo a Rumanía o Polonia, digitalizar un archivo, implantar EDI... Pero la **automatización inteligente consiste en poner la tecnología al servicio de las personas para que sean eficientes**".

A continuación, Jesús dio paso a [un vídeo producido por Esker para la ocasión](#), cuyo mensaje principal, más allá de las impactantes secuencias, es no temer al cambio, sino comprenderlo, aceptarlo y adaptarse. Y sugirió quedarse con tres ideas:

1. **La tecnología existe para ayudarnos.** Hay que aprovecharla, pero usarla siempre para fines útiles para la humanidad, con consciencia, con cuidado, con responsabilidad.
2. **Una gestión eficiente implica tecnología.** Allí donde hay impresión en papel para teclear datos, validación manual de documentos, archivadores, fotocopadoras, grapadoras, etc. hay ineficiencia.
3. **La automatización inteligente** no consiste en tener comunicaciones electrónicas, como por ejemplo un EDI. Consiste en dejar a la máquina las tareas que se pueden automatizar, para quedarse con la parte más interesante, para el profesional y para la empresa. De esta forma, las personas se convierten en el elemento más imprescindible.



Respecto a la IA, Jesús invitó a perderle el miedo que de alguna manera nos han trasladado el cine y la literatura. Al fin y al cabo, **la estamos usando unas 20 veces** al día, sin darnos cuenta: cuando interactuamos en redes sociales, cuando viajamos en metro o en avión, cuando usamos cualquier aplicación basada en algoritmos para viajar, hacer compras...

En efecto, afectará a los trabajos. Pero aparecerán nuevos puestos, sobre todo en tecnología, y ya hay una gran demanda y carencia de perfiles en este sector. Por ejemplo, matemáticos para crear los algoritmos. Por otro lado, los que permanezcan evolucionarán, asumiendo tareas más estratégicas, de más valor.

A partir de estas ideas, Jesús expuso la visión de Esker, que ya aplica en las soluciones que está aportando a sus clientes. Y se basan en el concepto de automatización inteligente, que es la que usa dos tipos de inteligencia: la artificial, donde las tareas son repetitivas y la necesidad de inteligencia creativa es limitada; y la humana, donde prima la innovación, la intuición, estrategia, inspiración y desarrollo de proyectos.

Bajada esta idea a la tierra de la gestión empresarial, y en concreto del Servicio al Cliente (CS), en todas las tareas que deben hacer los profesionales hay muchas susceptibles de automatizar. Pero por encima de la automatización, está la necesidad de tomar **decisiones en tiempo real**. La cantidad de información tratada a diario necesita de tecnología y de intuición, **empatía y capacidad de interpretación** de la información para una correcta toma de decisión.

Al fin y al cabo -incidió Jesús-, un profesional de Servicio al Cliente necesita básicamente **cuatro cosas: unos procesos claros y automatizados con IA, independencia del departamento TI, visibilidad y control**. Todo ello con un fin: facilitar la toma de decisión. Y esto es así porque el modelo de gestión 4.0 no es el tradicional "piramidal", sino que la información tiene que fluir horizontalmente en la empresa, dando visibilidad y valor a todos los departamentos y empleados. La toma de decisión tiene una jerarquía, pero es fundamental comprender que las pequeñas decisiones del día a día, tomadas en tiempo real por los administrativos de los departamentos de Servicio al Cliente, Administración de Ventas, Finanzas, Logística, Cadena de Suministro y Producción, influyen decisivamente en el resultado de la empresa. En definitiva, **son las pequeñas decisiones** las que determinan que haya que tomar -o no- grandes decisiones.

Al final, concluyó Jesús, es una **cuestión de actitud** frente al cambio que debe impregnar en todos, desde el mismísimo CEO hasta el administrativo.



PENTEIO: LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL SERVICIO AL CLIENTE



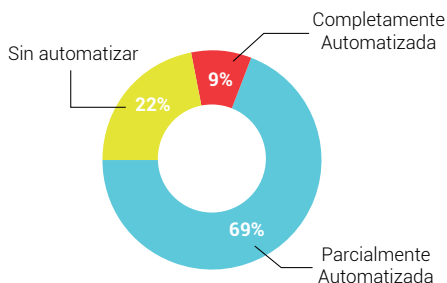
La firma de analistas Penteio ha trabajado con Esker en un estudio sobre el “Estado de la transformación digital del Servicio al Cliente en España”, cuyas conclusiones presentó Lucio Martínez de Salazar, consultor experto de la compañía. El informe analiza el avance de la automatización y la digitalización en una de las áreas más estratégicas para las empresas, y se basa en encuestas realizadas a 100 empresas de los sectores de Food&Retail, Salud, Servicios, Distribución, Industria y Construcción. Casi la mitad de ellas, el 48%, tienen menos de 250 empleados, mientras que 33% tienen entre 250 y 1.000 empleados, un 15% entre 1.000 y 5.000, y un 5% tienen más de 5.000 empleados.

Preguntadas por su nivel general de **madurez digital**, el 67% -dos de cada tres- reconocen encontrarse en un estado inicial, mientras que el 29% está en un nivel definido, el 2% avanzado y el 2% no digital.

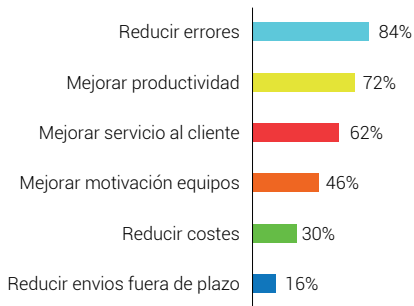
En cuanto a la digitalización propiamente dicha del servicio al cliente, el estudio se centra en tres aspectos:

- La **recepción de pedidos**, que para el 80% es el eslabón principal para la actividad comercial y la relación con cliente.
 - El 9% de las empresas la tienen completamente automatizada.
 - El 69% dice tenerla parcialmente automatizada
 - El 22% sin automatizar, es decir, manualmente.

Grado de automatización “inteligente”



Beneficios percibidos

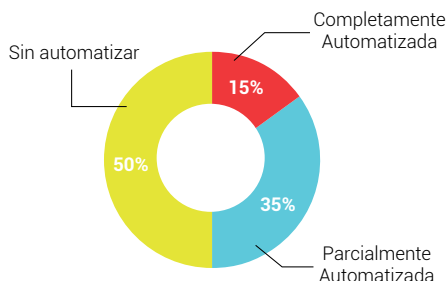


- En cuanto a los **beneficios de la automatización de pedidos**, los entrevistados destacan:
 - Reducción de errores – 84%
 - Mejora de la productividad – 72%
 - Mejor servicio al cliente – 62%
 - Motivación de equipos – 46%
 - Reducción de costes – 30%

■ **Cobros y recaudación:** esta área tiene un bajo grado de automatización, ya que sólo el 8% cuenta con un software especializado.

- El 15% de las empresas lo tienen completamente automatizado.
- El 35% lo tienen parcialmente automatizado.
- El 50% sin automatizar

Grado de automatización de cobros



■ **Gestión y monitorización:** en este aspecto, el informe destaca que uno de los principales problemas del servicio al cliente es **no tener una visión global** del ciclo. Así, una de cada tres empresas desconoce el volumen de pedidos pendientes de tramitación.

Finalmente, como principales conclusiones del estudio, Lucio Martínez destacó que la transformación digital del servicio al cliente tiene aún recorrido en España, y señaló como **principales desafíos:**

- El bajo grado de automatización de los procesos, en general.
- La dificultad para conseguir toda la transformación deseada en los procesos en el corto plazo.
- La carencia en las empresas de software especializado en el proceso Order-to-Cash (gestión del ciclo de venta de pedido hasta el cobro).
- La baja implantación de herramientas de monitorización / medición en tiempo real.

No obstante, señaló que dicha transformación ya figura en los planes a corto plazo para abordarla. Y destacó que aún se le debe dar la importancia estratégica, así como los recursos humanos y tecnológicos que necesita.

PANEL DE EXPERTOS MADRID

El panel de experto se compuso de clientes de Esker, diferentes en Madrid y Barcelona. Además, en Madrid contamos con un aliado: **Marcos Navarro Alcaraz**, profesor del IE y director de la empresa Antites, especializada en IA aplicada a la gestión empresarial. Por parte de los clientes, Silvia invitó a sentarse en el "sofá Chester vintage verde", característico del espacio COMO, a **Rosa Allegue** (Skechers USA Iberia), **Irene Ballesteros** (Logista Pharma) y **Germán Álvarez** (Xylem Water Solutions Iberia) a salir al escenario y acomodarse en el sofá dispuesto para la ocasión. Y procedió a trasladarles las preguntas formuladas por los asistentes. Cada uno aportó su visión desde su posición en la empresa: Rosa desde el departamento financiero, Irene desde el área de Servicio al Cliente, y Germán desde el enfoque de la dirección.

Preguntados sobre la **resistencia al cambio** a la hora de adoptar la automatización de sus procesos, Rosa destacó que siempre se vio como una oportunidad, y que toda la compañía lo estaba esperando. Irene sí reconoció que en su departamento de SC hubo quien lo vio como una amenaza, pero todos terminaron viéndolo como una mejora, por el hecho de que les ayudó a enfocarse verdaderamente en la atención al cliente. Por su parte, Germán admitió que la dirección lo vio como una oportunidad, pero no como una prioridad, mientras a nivel operativo sí se vio como una cierta amenaza —"un sistema que lo va a hacer por mí", y destacó el papel de la comunicación a la hora de hacer entender los beneficios del cambio.

Sobre si es generacional la resistencia al cambio, para Rosa e Irene no lo es. Cuando las personas lo ven claro y lo entienden, **no importa la edad**, y de hecho son a veces personas mayores las que se convierten en *early adopters* y prescriptores del cambio. Germán, en cambio, sí ve una cierta barrera generacional, aunque para él, en el fondo, es una **cuestión de actitud** de las personas. Y en cuanto ven que la solución es fácil de usar y los resultados se ven, la aceptación es mayor.

¿Cuáles son los principales **beneficios** que les está aportando la automatización? preguntó seguidamente Silvia. Para Germán, por un lado, **reducir tareas manuales** para generar más valor añadido, que no es otra cosa que lo que dice el cliente, y se ve en el hecho de disponer de más margen para ser más proactivo con él. Y por otro, la **toma de decisiones**. Para el manager es más fácil determinar prioridades, matizando que Esker es una buena herramienta, pero al final las decisiones las tiene que tomar la persona.

También Irene valoró la toma de decisiones: "hasta que no llegó Esker, era complicado distribuir las tareas entre el equipo". Ahora lo pueden hacer **en tiempo real** y establecer prioridades cuando un determinado centro necesita más atención. Destacó además el hecho de contar con métricas y el ahorro de



costes, ligado además al incremento de facturación.

Rosa, por su parte, destacó el hecho de que les ha hecho mucho más exigentes a la hora de **modernizar otros procesos** dentro de la empresa, además de la enorme aceptación recibida por parte del cliente, en algunos casos zapaterías pequeñas de tercera generación, gestionadas por personas de avanzada edad.

Otra de las preguntas del público versó sobre la encuesta de Penteo, y en qué ha fallado la industria para observar un nivel de digitalización tan bajo. Irene y Germán coincidieron en la mirada cortoplacista de muchas empresas y en el **miedo al fracaso**. Rosa, por su parte, sugirió que "el mayor enemigo de la máquina es el hombre y nuestros egos". Pero apuntó que ya se producen avances, a medida que el coste de la tecnología se ha abaratado enormemente y la cultura colaborativa entre empresas es ahora mucho mayor, en parte gracias a las nuevas generaciones.

Sobre el **papel de los departamentos de RRHH** a la hora de ayudar a la transformación, Rosa, que ha compaginado también la dirección de RRHH en Skechers, destacó que tiene un papel fundamental, pero debe extender ese conocimiento de la persona al resto de la empresa, ayudar a eliminar cualquier tipo de resistencia y, muy importante, premiar la innovación sin castigar el error. Irene subrayó **el papel de los managers**, más que RRHH, que son los que influyen más en las decisiones de cambio y comunicarlo. Y Germán aludió a la esponsorización dentro de la compañía. RRHH tiene que apoyar la idea, colaborar en la comunicación, y establecer oportunidades de desarrollo dentro de la organización.

Por último se dio paso a **Marcos Navarro** para dar el punto de vista de un experto en IA. Según Marcos, la tecnología da capacidad, en concreto, está capacitando a las empresas a cambiar su modelo de operaciones y producción. En áreas clave como el Customer Service: "ahora toda la tecnología de robótica, automatización y la Inteligencia Artificial está dotando a las áreas de Back Office de capacidades que antes tenía tradicionalmente la industria: aunque parezca lo contrario, **la robótica está humanizando las funciones**, porque saca el robot que llevamos dentro." Y es que el uso de las tecnologías de robótica consigue que se eliminen las actividades manuales repetitivas y de poco valor, para que las personas aporten el valor añadido.



PANEL DE EXPERTOS BARCELONA



En Barcelona, Silvia Leal invitó a **Anna Costa** (GB Foods), **Ariadna Cussó** (Lindt&Sprüngli), **Yolanda Llovera** (Puig) y **Sara Cristeto** (Frit Ravich) a salir al escenario y acomodarse en los puffs dispuestos para la ocasión. Y procedió a trasladarles las preguntas, tanto propias como formuladas por los asistentes.

Preguntadas sobre **la resistencia al cambio**, las cuatro coincidieron en que, si bien hubo alguna que otra reticencia al principio, todo el equipo percibió la llegada de Esker como una oportunidad de trabajar mejor, de mejorar su calidad de vida, aprender y tener más visibilidad sobre su trabajo. **¿Puede**

considerarse generacional esa resistencia? Para Sara, es más una zona de confort en la que se instalan algunos que una resistencia al cambio, y según Yolanda, fue precisamente la persona más mayor la que estuvo más involucrada y empujó más el cambio. Para ella, más que generacional, es cuestión de la persona. En lo que coincidió Ariadna: "es más de actitud que generacional". Y para Anna, al final, "es cuestión de coste-beneficio"

Planteada por Silvia la cuestión de **cómo se ha vivido el proceso de automatización inteligente y cuáles consideran que son los principales beneficios**, Anna Costa explicó que, después de una fase inicial de aprendizaje, el proceso fluye en el día a día. Para ella, así como para Ariadna, el beneficio es básicamente el tiempo. Yolanda destacó también la reducción de errores, una vez superada la primera etapa de familiarizarse con la solución. Y Sara aludió al hecho de que el cliente se involucre a la hora de enviar sus pedidos, lo cual ha supuesto para ellos un gran avance.

Una de las preguntas del público asistente versó sobre la **mejora en la gestión del tiempo**, gracias a la automatización. Ariadna puso el ejemplo de las campañas de Navidad, en las que antes no tenían ni tiempo de atender el teléfono cuando se daba cualquier incidencia, y ahora pueden resolver esas incidencias directamente con los clientes. Yolanda habló de cómo han podido centralizar la recepción de pedidos en el back office, lo que les está permitiendo asumir las cargas de trabajo y liberar al front office. Sara destacó cómo ahora pueden tramitar los pedidos a tiempo y siempre tienen visibilidad de los que están pendientes de atender. Y Anna estimó en 500 horas el tiempo que el equipo ha podido liberar gracias a la gestión automática de los pedidos y los cargos, e incidió también en el aspecto de la drástica reducción de papel en los procesos.

RESUMEN Y CONCLUSIONES

Silvia cerró la jornada exponiendo las que a su juicio fueron las cinco grandes conclusiones:

1. La IA y la automatización inteligente no va con el director de TI o el director general, sino que **afecta a todos sin excepción**, y para todos es una oportunidad.
2. La automatización inteligente es **una mezcla de IA y humana**. Lo mejor de la fusión entre ambas. Y es la única vía de eficiencia para empresa que quieran tener un crecimiento más sostenible.
3. La situación es mejorable en la empresa española, pero esto no es realmente un tsunami, **y estamos aún a tiempo** de subirnos a la transformación digital.
4. **No debemos tener prejuicios** ante la transformación, no es una cuestión generacional ni una amenaza. Es necesario para sobrevivir y para seguir creciendo.
5. Debemos ver estas nuevas tecnologías como una palanca **que nos ayudará a crecer** y a tener una carrera como profesionales y como empresas mucho más allá de lo que nunca hayamos pensado.

Seguidamente, Coralie Marty invitó a todos a pasar al coctel, donde ponentes y asistentes pudieron seguir intercambiando ideas e impresiones. Silvia Leal firmó ejemplares de su libro a los que previamente lo habían solicitado, y todos departieron sobre lo que había dado de sí la jornada.

Y así terminaron las dos jornadas. Hemos filmado y reunido algunos de los momentos del evento en Madrid, [que puedes volver a vivir en este video](#), recordar algunas de sus ideas, para los que hemos podido estar, y compartirlas con los que no pudieron acudir. Esperamos repetir el año que viene, para observar todos juntos la evolución de todas las ideas y experiencias expuestas en estas dos memorables jornadas. Gracias a todos por la atención, el tiempo y el cariño que nos permite seguir avanzando.

Un abrazo de todo el equipo de Esker Ibérica

ÍNDICE DE PARTICIPANTES:

Por Esker Ibérica:

Jesús Midón Pablo – Director General
Gonzalo Arrojo López – Director Técnico
Jorge Corona Velasco – Director Comercial
Coralie Marty Buisán – Directora de Marketing
Marta Vega Arrazola – Campaign Manager Esker Ibérica
Damaris Gros – Estudiante de Gestión Empresarial

Conferenciantes y Panel de Expertos:

Silvia Leal Martín – Conferenciante
Marcos Navarro Alcaraz – Antites
Rosa Allegue – Skechers
German Álvarez – Xylem Water Solutions
Irene Ballesteros – Logista Pharma
Anna Costa – GB Foods
Ariadna Cussó – Lindt&Sprüngli
Sara Cristeto – Frit Ravich
Yolanda Llovera – Puig

Colaboradores:

David Pérez Cottrell – Vídeo
Juan Luis Recio – Fotografía
Enrique de Pablo – Redacción informe y relación con medios
Marisa Fernández – Redes sociales

Contacto para más información:

Coralie Marty Buisán: mktg@esker.es



www.esker.es