



Cristina Álvarez Álvarez

Ingeniera del año 2016

Directora de Desarrollo de Servicios y CIO de Telefónica

Cristina Álvarez es una gran amante de los retos, por eso tuvo muy claro que quería hacer una carrera difícil, y decidió ser Ingeniera de Telecomunicación.

Se licenció en la Universidad Politécnica de Madrid en el año 1987, cuando estaba a punto de liberalizarse el sector. En el año 1996 se incorporó a Vodafone (entonces Airtel), donde desempeñó diversas funciones directivas.

Posteriormente pasó a Telefónica, donde -a día de hoy- se sigue enfrentando a numerosos desafíos, como la actual transformación digital de la compañía. Con un equipo de 2.000 profesionales y un presupuesto de 500 millones de euros, es responsable de definir y liderar este proyecto, al igual que hiciera con el lanzamiento de Fusión y Movistar TV (con la integración de Canal +) lo que le permitió conseguir el liderazgo en el mercado español.

Lo que más le gusta de su trabajo (como Directora de Desarrollo de Servicios y CIO -Chief Information Officer- de Telefónica) es poder trabajar en tecnología y ver cómo ésta ayuda a cambiar la sociedad y la vida de las personas.

Por todo ello, el COIT reconoció su trayectoria con el premio 'Ingeniera del Año 2016'.

Con ella hacemos un balance del sector, y hablamos del futuro de las Telecomunicaciones, a través de su experiencia personal y profesional.

“La tecnología está a nuestra disposición y el reto es tener capacidad, desde las organizaciones y las personas, para extraer lo mejor de esa tecnología. Animo a todo el mundo a que estudie ingeniería porque estamos en un momento apasionante.”

BIT. ¿Cómo te sientes al ser designada Ingeniera del Año?

Siento emoción y orgullo. Los que hemos estudiado teleco somos conscientes de que éste es un premio muy, muy especial. Personas que lo han recibido, como Julio Linares o Francisco Román, son personas a las que yo profesionalmente admiro mucho, con lo cual me siento muy honrada.

BIT. Eres además la primera mujer que lo recibe en solitario (las anteriores ingenieras del año lo recibieron en equipo). ¿Cuál es tu opinión sobre la posición de la mujer en el mundo de la ingeniería?

Para mí, esta cuestión hace el reconocimiento todavía más relevante. Yo llevo una carrera profesional de veinticuatro años en el mundo de la tecnología, en empresas donde he podido desarrollar una carrera muy satisfactoria, pero soy consciente de que las mujeres tenemos camino que recorrer en ese sentido, y creo que es importante que trabajemos a todos los niveles para que realmente haya muchas más mujeres ingenieras y para que las que hay -que son muy buenas en su trabajo- puedan tener visibilidad y llegar a puestos de responsabilidad.

Soy, además, una convencida de que se puede tener una carrera profesional buena y una familia. Para mí hay dos claves para conseguirlo: contar con jefes que te den la oportunidad, que valoren tener puntos de vista diferentes y distintas formas de gestionar, y contar con mucho apoyo de tu familia.

Yo animo a todas las mujeres ingenieras que tengan ganas a que, aunque no sea fácil y muchas veces puedan llegar a sentirse incluso solas, apuesten por su carrera, porque merece la pena. Es algo en lo que nos tenemos que empeñar, porque al final las compañías no dejan de ser grupos humanos y, cuantos más puntos de vista y formas de hacer diferentes haya, mejor van a funcionar. Está demostrado que los equipos diversos dan mejores resultados que equipos que no lo son.

BIT. ¿En tu caso consideras que por el hecho de ser mujer desarrollar una carrera de éxito ha sido más complicado?

Es difícil de valorar porque yo no he sentido en ningún momento que me lo hayan puesto más difícil. Creo que he tenido oportunidades que he sabido aprovechar y he tenido la suerte de contar con unos jefes, (muchos de ellos ingenieros de telecomunicación) que me han valorado por lo que soy, independientemente de mi género (como Carlos Calvo, Luis Miguel Gilpérez, Paco Román...).

De alguna manera me hubiera gustado compartir las experiencias con otras mujeres y sentirme más acompañada, pero soy consciente de que soy una privilegiada. Además, en el ámbito personal cuento con José Luis, mi marido, que es un puntal fundamental en mi carrera.

BIT. Comentabas en la celebración que eras una ingeniera de telecomunicación convencida. ¿Cómo surgió en ti la vocación de ser teleco?

Me encanta estudiar y era muy buena estudiante, por eso cuando llegué a COU me planteé hacer la carrera más difícil. En ese momento en teleco pedían una nota muy alta para entrar y no había muchas mujeres, así que como me gustan los retos, me matriculé. Reconozco que se me abrió un mundo completamente nuevo y disfruté muchísimo. Mis años de carrera fueron absolutamente felices. Tuve la suerte, además, de terminar la carrera justo cuando estaba a punto de liberalizarse el sector de las telecomunicaciones, y vivir una experiencia profesional irreplicable en Airtel, y después en la mejor empresa de telecomunicaciones de España que es Telefónica.

Soy una convencida de que al trabajo hay que venir a divertirse. Es interesantísimo trabajar en tecnolo-



“Soy una convencida del *leading by example*, porque no puedes exigir a los demás lo que tú no seas capaz de hacer”.

gía y ver cómo ésta ayuda a cambiar la sociedad y la vida de las personas. Tenemos un trabajo muy divertido.

BIT. Viviste los comienzos de la liberalización y ahora estás viviendo el reto de la revolución digital, un momento apasionante para trabajar en este sector.

Absolutamente apasionante. Hasta ahora la tecnología estaba ligada a sectores muy concretos pero, gracias a la digitalización, la tecnología se ha democratizado y cada vez es más necesaria en todos los sectores. Recuerdo etapas en las que teníamos que esperar a que la tecnología estuviera lista para poder lanzar un producto o servicio. Ahora la tecnología está a nuestra disposición y el reto es tener capacidad, desde las organizaciones y las personas, para extraer lo mejor de esa tecnología. Realmente animo a todo el mundo a que estudie ingeniería porque de verdad estamos en un momento apasionante.

BIT. Sin embargo, mientras la demanda de profesionales en el sector tecnológico crece, las vocaciones ingenieriles parecen estar estancadas o mermar en algunas disciplinas. ¿Por qué crees que se da esta tendencia?

Yo he trabajado muchos años de mi vida en entornos internacionales y puedo decir que los ingenieros españoles tienen una formación y unas capacidades excepcionales. Creo que tenemos que avanzar como país y convencernos de que la tecnología es un elemento de competitividad que puede aportar a España un futuro mejor y un nivel de sostenibilidad mucho mayor.

Debería ser una prioridad para el país explicar la importancia que la tecnología tiene en su desarrollo. Tenemos la obligación de explicar a la gente joven qué pueden hacer, y

cómo pueden ayudar a que su país progrese gracias a la tecnología. Hay más oportunidades que nunca en este ámbito y, sin embargo, no estamos siendo capaces de transmitirlo y atraer ese talento.

España tiene la mejor red de fibra de toda Europa. Además es un país con una calidad de vida estupenda para atraer talento. Tenemos los medios y debemos empujar en este sentido para situar a España al nivel que yo creo que le corresponde.

BIT. Desde hace diez años formas parte del equipo directivo de Telefónica y eres responsable de definir y liderar el proyecto de transformación digital de la operadora. ¿En qué punto se encuentra este proceso?

Estamos en un momento apasionante en el que estamos digitalizando Telefónica España con dos vertientes. Por un lado en la forma de relacionarnos con nuestros clientes para que estos nos perciban como una compañía más ágil y flexible, con la que interactuar es sencillo y que les provee todo tipo de soluciones digitales de comunicaciones y vídeo en el mercado residencial, y *cloud* y seguridad en el ámbito empresarial. Por otra parte la transformación es interna automatizando los procesos, cambiando la forma de trabajar para convertirnos en una compañía mucho más simple y más ágil.

Empieza a haber consenso sobre que la transformación digital, de la que tanto hablamos, no es una opción. La diferencia está en la velocidad a la que cada sector va ir modificando su negocio para aprovechar todo lo que la tecnología le ofrece para conseguir más ingresos y ser más eficiente. Creo que el parámetro que va a marcar qué compañías van a sobrevivir a estos cambios, y ser sostenibles a medio plazo,



va a ser la velocidad y la capacidad de adaptación.

BIT. Precisamente la velocidad del cambio es una característica intrínseca a este sector.

Efectivamente: si algo marca a este sector es el ritmo del cambio. En muchas ocasiones es mucho más importante ser el primero en llegar al mercado, que conseguir la perfección. En equipos como los que yo lidero esto es algo muy importante. Los buenos ingenieros a veces buscamos la perfección, y lo perfecto es enemigo de lo bueno. Somos el habilitador para que el negocio funcione, con lo cual es absolutamente clave cambiar nuestra mentalidad y no desatender los tiempos. Telefónica no estaría donde está si en los últimos años no hubiéramos lanzado Fusión o Movistar TV en los plazos que lo hicimos.

BIT. En repetidas ocasiones has expresado también que es fundamental aunar negocio y tecnología en los procesos internos para conseguir acortar el *time to market*. ¿Cómo se

pone en marcha este cambio de perspectiva en la puesta en marcha de nuevos servicios de la operadora?

Nosotros tuvimos un antes y un después en Telefónica de España en el año 2012; cuando, en el mes de mayo, Luis Miguel Gilpérez nos anunció que íbamos a sacar la primera oferta convergente en el mercado y que debíamos hacerlo el 1 de octubre. Desde el Comité de Dirección tuvimos claro que nos enfrentábamos a un reto muy importante que nos hizo cambiar nuestra forma de trabajar. Pudimos abordar ese reto con la estrecha colaboración de sistemas, finanzas, legal, marketing... Y, finalmente, pusimos en el mercado un servicio que seguramente no era perfecto, pero que supuso un antes y un después en el sector y consiguió millones de clientes.

El mismo proceso lo hemos vivido con la televisión. Compramos Canal + en abril de 2015, y en mayo decidimos que el momento más importante para lanzar nuestro servicio de televisión en España era la vuelta al cole. Sabíamos que o aprovechábamos el verano o íbamos a perder una ventana de oportunidad.

Ese es el cambio fundamental de dinámica: el negocio tiene un objetivo y entre todos buscamos las mejores soluciones para ponerlo en marcha.

Todo el sector replicó estas estrategias. Eso nos hace sentirnos muy orgullosos de los equipos técnicos que tenemos. Realmente contamos con un equipo de ingenieros fabuloso que, con un objetivo claro, son capaces de hacer maravillas, tal y como nos demuestran todos los días.

BIT. Te incorporas a Telefónica como directora de Desarrollo de Servicios para posteriormente ser nombrada CIO. ¿Qué importancia

tiene el unir ambas responsabilidades bajo el mismo profesional?

Sobre las redes, que son la parte nuclear de nuestra compañía, tenemos que construir las capacidades para ofrecer a nuestros clientes un buen servicio final. Unir las plataformas de servicios y sistemas ayuda mucho a engrasar las piezas para que nuestros clientes puedan disfrutar de un servicio integral. Somos los responsables, junto con todo el equipo de red y marketing, de poner en el mercado ofertas que realmente resulten atractivas para los clientes en un plazo temporal normalmente muy retador. Para acertar en el *time to market* es clave que el trabajo esté alineado. Tener estas responsabilidades unidas ayuda mucho a entender la perspectiva del cliente y no la perspectiva de la tecnología como una parte aislada del negocio.

“Tenemos la obligación de explicar a la gente joven qué pueden hacer, y cómo pueden ayudar a que su país progrese gracias a la tecnología. Hay más oportunidades que nunca en este ámbito y sin embargo no estamos siendo capaces de transmitirlo y atraer ese talento”.

BIT. Por otra parte, formas parte del Comité de Dirección de la operadora. ¿En qué medida es importante vincular sus responsabilidades con el más alto nivel de dirección para abordar procesos de transformación?

Es fundamental formar parte del Comité de Dirección, porque es ahí donde se define la estrategia de negocio. Mi papel en el Comité de Telefónica de España es trasladar las aportaciones que la tecnología puede hacer al negocio, aterrizar los conceptos tecnológicos y definir cómo podemos aprovecharlos para los objetivos de negocio.

Luis Miguel Gilpérez me dice siempre que nuestra área es la radiografía de Telefónica de España, porque si observas cómo está funcionando sabes cómo lo están haciendo otras áreas como ventas, operaciones, finanzas... A veces me siento el Pepito Grillo del Comité de Dirección, porque tienes una visión trasversal que no todas las áreas tienen.

BIT. En una entrevista reciente hacías referencia a que la transformación digital es fundamentalmente un “reto cultural, un cambio de la forma de trabajar de las personas”. ¿Cómo se aborda ese reto en una compañía de las dimensiones de Telefónica?

Para mí, la gestión de equipos es la parte más difícil. Cuando estás inmerso en una transformación tan

compleja como ésta, en una compañía con veintiocho mil personas, es muy importante que los equipos sientan que ganan con el esfuerzo. Puedes poner la mejor tecnología en el mercado, pero si no consigues que los equipos vean el valor que eso tiene y tengan motivación para el cambio, el proyecto fracasará.

Una de mis responsabilidades, y a la que más tiempo dedico en este proceso que estamos viviendo en Telefónica, es asegurar que las personas entienden por qué hacemos lo que hacemos y dónde queremos ir. Mi trabajo, en ese sentido, es

ayudar a romper barreras y cambiar inercias. Y te puedo asegurar que no es un proceso fácil, porque -en general- al ser humano le cuesta cambiar.

Tenemos la ambición de ser una organización *as a service*, donde toda nuestra infraestructura ponga a disposición del cliente sus capacidades para ofrecer mejores servicios. Es un viaje que no se hace en seis meses, y en el que tienes que tener claro cuál es tu objetivo para los próximos años, y trabajar mucho sobre los *skills* de los equipos. Es un trabajo transversal a toda la compañía.

En este sentido es importante insistir en la diversidad (de edad, de formas de gestión, de puntos de vista...). Nosotros hemos tenido la suerte de poder incorporar trescientas personas jóvenes recién tituladas (mayoritariamente ingenieros) en este último periodo y es maravilloso ver todo lo que aportan con sus nuevas ideas en equipos con mucha experiencia. La diversidad es impor-

ren la transformación digital dentro de las compañías?

En primer lugar tienes que dedicar tiempo a conocer bien tu negocio, tus fortalezas y debilidades, porque para decidir dónde queremos estar en el futuro, debemos apalancarlos en nuestras fortalezas. También tienes que dedicar tiempo a construir ese plan con tu equipo y trabajar con el Comité de Dirección para entender muy bien dónde quieres llegar. El siguiente requisito es trabajar mucho. Yo soy una convencida del *leading by example*, porque no puedes exigir a los demás lo que tú no seas capaz de hacer.

A partir de ahí mi papel es el de crear el entorno y los mecanismos para que la gente pueda trabajar y sientan que pueden pedir ayuda si algo falla. Este ritmo de cambio nos lleva, a veces, a tomar decisiones que pueden ser erróneas en un momento dado y hemos de ser conscientes de que no pasa nada, pero que tenemos que descubrirlo cuanto antes.

“Tenemos que estar dispuestos a trabajar en colaboración, en equipo. Es algo que -en algunos casos- echo en falta en ciertos ingenieros”.

tantísima para la generación de ideas, porque necesitamos conocer muy bien lo que tenemos para evolucionarlo y ahí tiene importancia contar con nuevas formas de hacer que te permitan cuestionarte.

BIT. El Decano-Presidente del COIT ha destacado que reúnes tres requisitos importantes para liderar este cambio: “talento, experiencia y capacidad de liderazgo” ¿qué cualidades deben tener, desde tu punto de vista, los profesionales que lide-

En este mundo, tenemos que estar dispuestos a trabajar en colaboración, en equipo. Es algo que -en algunos casos- echo en falta en ciertos ingenieros. Tengo compañeros que estudiaron conmigo, por ejemplo, a los que les ha costado adaptarse a este tipo de trabajo, y no porque no sean tremendamente inteligentes, sino porque esa inteligencia tienes que ser capaz de ponerla en funcionamiento trabajando con un equipo. Conseguirlo requiere una gestión un poco diferente a lo que se

nos enseña en la Escuela, donde creo que debería trabajarse aspectos relacionados con la inteligencia emocional que son claves en la vida profesional.

BIT. A veces se achaca a la formación de los ingenieros un déficit en habilidades relacionadas con el negocio ¿Coincides en ese diagnóstico?

Yo creo que la combinación de tecnología, negocio y habilidades de gestión es una mezcla absolutamente ganadora. No puedes estar en una empresa si no entiendes bien cómo funciona su cuenta de resultados. Por otro lado, creo que todos los directivos van a tener que entender la tecnología. En no mucho tiempo las compañías que realmente van a despuntar son aquellas en que sus directivos, sin ser expertos, sí entiendan el valor que la tecnología les aporta.

Es una obligación de las personas que hoy tenemos esta función trasladar la importancia de educar y explicar, pero no nos podemos quedar ahí. En mi vida profesional he sentido muchas veces que a los equipos técnicos desde otras áreas no se les entiende. Yo siempre traslado a mi equipo que tienen que hablar en términos de negocio; porque todo lo que hacemos, lo hacemos para dar valor al negocio. Además, que el equipo conozca el valor en términos de negocio de un proyecto es más estimulante para ellos.

Este factor es clave porque: ¿qué están haciendo bien las empresas del mundo digital? Consiguen ser relevantes para sus clientes porque han logrado crear un vínculo emocional del cliente con la compañía. No solo tienen una tecnología fantástica, sino que además han conseguido entender a los clientes y engancharlos. Esto me parece fundamental en toda esta evolución.



La tecnología es pieza clave de la vida de las personas, pero hay que entender muy bien que el cambio fundamental está en hacerte relevante para el cliente. El que lo consiga está clarísimo que va a triunfar en este nuevo entorno.

BIT. Pese a todo esto muchas empresas europeas, un porcentaje realmente sorprendente, todavía no han comenzado a establecer este tipo de procesos de digitalización y de transformación interna ¿Cómo se puede añadir ritmo a estos procesos en el continente?

Hay que reforzar la presencia de perfiles tecnológicos en las direcciones de las compañías, porque venimos de una etapa en la que estos perfiles tardan en entender que la transformación digital no es una opción, sino una obligación.

Para ponerte manos a la obra necesitas entender cómo tu negocio se va a transformar de la mano de la tecnología y decidir tus prioridades (ser más eficiente, más ágil, ahorrar

costes, abrir nuevos mercados...). Además, necesitas personas que realmente te ayuden a entender qué te aporta la tecnología y a poner en marcha esos cambios con agilidad. Hay sectores, como el nuestro, que ya lo estamos viviendo y otros sectores que por historia, por barreras, por regulación, tardarán más en hacer esa transformación, pero va a suceder en todos los sectores, de eso podemos estar seguros.

¿Quién iba a pensar que una compañía como General Electric iba a estar liderando la innovación en industria 4.0 y la digitalización de un sector tan tradicionalmente industrial? Lo hacen porque su presidente está liderando esos cambios y –seguramente– los resultados no vendrán en seis meses, pero lo que podemos estar seguros es de que las compañías que no lo hagan, en veinte o treinta años no existirán. Además, el ritmo en el que las empresas desaparecen, cada vez es más rápido.

Hay que tener claro que esto es un proceso integral de toda la com-

pañía, donde tiene que involucrarse del primero al último. Exige una reflexión estratégica al máximo nivel y saber que no hay recetas mágicas: debes probar en el camino, tendrás aciertos y errores, necesitarás ir ajustando las acciones (siempre pensando a medio plazo en hacia dónde quieres dirigirte) y tomando decisiones a corto, porque el mercado así te lo exige. En nuestro caso, el reto es gestionar las dos velocidades: conseguir ser relevante para tus clientes y tu mercado en el corto plazo, y construir tus capacidades técnicas que te darán la ventaja diferencial a largo.

BIT. Además reduciendo costes...

La reducción de costes es uno de los primeros deberes que nos impusimos como compañía con la llegada de Luis Miguel Gilpérez. En el año 2011 nuestros ingresos estaban cayendo de forma relevante y los costes del área de tecnología, de servicios y sistemas, eran altos. Nos pusimos un reto a tres años: bajar nuestros costes fijos al cincuenta por



ciento. Esto es importante porque, en ese contexto, en la medida en que liberáramos recursos estaríamos aumentando nuestra capacidad de innovar y transformar.

He de reconocer que era un reto con el que a muchos nos temblaban las piernas, pero lo hemos conseguido. Para ello hemos hecho cambios en nuestra forma de relacionarnos con los proveedores, hemos decidido qué cosas debíamos dejar de hacer (es mucho más difícil dejar de hacer que hacer, especialmente en una compañía acostumbrada a hacer todo) a través de un proceso de priorización muy complejo.

La forma en que nos hemos cuestionado todo esto nos ha convertido en una organización totalmente

diferente, mucho más orientada a nuestros objetivos de negocio. Gartner lleva tres años reconociéndonos como la TELCO más eficiente de Europa a nivel IT. Estamos orgullosos porque hemos conseguido ese reto de ser más eficaces mejorando los niveles de calidad.

En el período 2011 a 2014 nos hemos centrado en ser esa organización eficiente, y desde el año 2015 estamos absolutamente focalizados en la transformación. Todos los servicios IT que vendemos a nuestros clientes de empresa (los servicios de Cloud, seguridad, contact center...) se están utilizando dentro de la compañía. Nos hemos puesto el objetivo estratégico de usar lo que vendemos y vender lo que usamos. Si somos la organización de sistemas española más grande y manejamos una variedad de tecnologías muy importante ¿por qué eso no lo ponemos a disposición de nuestros clientes? Esto supone un proceso de transformación interna importantísimo. Nos hemos propuesto un objetivo de aquí al 2019, que es el de ser una organización *as a service* y estamos muy ilusionados.

BIT. Luis Miguel Gilpérez, en una reunión reciente con los empleados de toda España recalcó: “Hace 12 años, el 100% de los ingresos de Telefónica provenían de la voz. Hoy solo representan el 50%” ¿Cómo se articula internamente esta evolución?

Las redes son nuestro corazón, la base de todo lo que hacemos. De

hecho estamos orgullosos de que gracias a nuestra inversión contemos hoy en día con el mayor despliegue de fibra de Europa o de nuestra red LTE en momentos que han sido duros para la compañía y en los que no era fácil hacer esa apuesta. Lógicamente sobre esas redes construimos nuestras capacidades y los servicios que ofrecemos a nuestros clientes. Para hacerlo, dado que los recursos son finitos, hemos tenido que priorizar teniendo muy claros nuestros objetivos de negocio. Por eso ha sido muy importante el proceso de simplificación. Gracias a dejar de hacer algunas cosas, y a focalizarnos en lo que consideramos importante para nuestros objetivos de negocio, estamos consiguiendo mantenernos los niveles de inversión.

BIT. Su presidente afirma también que el producto estrella es la televisión. ¿Asistiremos cada vez a un mayor protagonismo de los contenidos digitales dentro del negocio Telco?

Cuando decidimos comprar Canal + ya teníamos claro que esa tenía que ser nuestra apuesta. El vídeo es el elemento diferencial de nuestra oferta residencial. En un mundo donde el contenido cada vez es más relevante, tener una oferta potente marca la diferencia respecto a tus competidores. Para llegar a ser una compañía focalizada en vídeo, necesitas contenidos potentes, acuerdos con proveedores de contenidos, plataformas tecnológicamente potentes que soporten el tráfico de vídeo...

Los ritmos de crecimiento de tráfico son tremendos. El tráfico del último año y medio equivale a todo el tráfico de Internet de toda la historia de Telefónica. Y esto va a ir a más, porque el móvil va a ser una plataforma clave en el consumo de

“ He sentido muchas veces que a los equipos técnicos desde otras áreas no se les entiende. Yo siempre traslado a mi equipo que tienen que hablar en términos de negocio; porque todo lo que hacemos lo hacemos para dar valor al negocio”.

contenidos. Esto nos obliga a dar soluciones en tiempo real. El vídeo es inmediatez y exige soluciones al instante. Supone una revolución interna importante, y cambios en todos los procesos, porque no podemos decirle al cliente que mañana solucionamos su problema.

Además, las nuevas generaciones, y todos los que tengamos hijos lo sabemos, no quieren esperar. Si en mi casa un día no funciona el Wi-Fi tengo montada una crisis que riéte tú del agua y la luz. Esta exigencia nos mete una tensión interna que es fundamental para ser una

video company. Yo estoy encantada porque de la mano de vídeo estamos haciendo cosas fantásticas y, además, es también un revulsivo para toda la organización el ver que Telefónica está en algo que tiene mucha visibilidad para los clientes. ☺

Homenaje a la Ingeniera del año

El pasado 24 de noviembre de 2016 tuvo lugar en el Casino de Madrid la cena-homenaje a la Ingeniera del Año 2016, Cristina Álvarez.

El acto contó con una acogida entusiasta de las personalidades más destacadas del sector en el entorno empresarial e institucional y asistieron al mismo más de doscientos invitados.

Tras la bienvenida a cargo del presidente de la delegación de la AEIT en Madrid, Isaac Moreno, tuvo lugar el acto de homenaje. El Decano-Presidente del COIT, Eugenio Fontán, destacó que “la transformación digital es una oportunidad y un reto para nuestras empresas e instituciones y para afrontar este desafío es preciso contar con profesionales de la talla de Cristina Álvarez, con talento, experiencia y capacidad de liderazgo”.

A continuación, Ignacio Camarero desglosó la trayectoria profesional de la galardonada que desde hace diez años forma parte del equipo directivo de Telefónica, compañía a la que se incorporó como directora de desarrollo de servicios para, posteriormente, ser nombrada CIO (Chief Information Officer). Con un equipo de 2.000 profesionales y un presupuesto de 500 millones de euros, es responsable de definir y liderar el proyecto de transformación de Telefónica hacia una telco digital, reportando directamente al Presidente de Telefónica España Luis Miguel Gilperez y globalmente al CTO y CIO, Enrique Blanco y Phil Jordan respectivamente. Destaca entre sus éxitos el lanzamiento de Fusión y Movistar TV con la integración de Canal +, consiguiendo el liderazgo en el



Eugenio Fontán, Decano-Presidente del COIT; Cristina Álvarez, Ingeniera del Año 2016 y José María Lassalle, Secretario de Estado para la Sociedad de la Información y Agenda Digital.

mercado español. Además, ensalzó sus muchas cualidades personales.

Tras la entrega del galardón, la premiada se dirigió a los asistentes agradeciendo el reconocimiento otorgado por el COIT y la AEIT, que dedicó a su familia y colaboradores y aprovechó para resaltar el papel de las ingenieras españolas.

La clausura del acto corrió a cargo del Secretario de Estado para la Sociedad de la Información y Agenda Digital, José María Lassalle, quién destacó, a su vez, la figura profesional de la premiada. ☺

Cristina Álvarez, “Engineer of the Year 2016”

Cristina Álvarez, who received the award for “Engineer of the Year 2016” by COIT (The Official Association of Telecommunications Engineers), looks over her professional career and considers the challenges that will have

to be faced by the telecommunications sector in the future. As the director of Services Development and CIO at Telefónica, she acknowledges that one of the challenges being faced is the sector’s transformation, including

changes in the way of working with people. Specifically, she points out diversity as one of the points that needs to be encouraged within companies, since it enriches both the teams and the projects.