

# Acelerando la implantación tecnológica

**Pilar Souto**, directora de Marketing de Asseco Spain



Pilar Souto, se incorporó a Asseco Spain en mayo 2019, posa en exclusiva para el objetivo de *ForbesW*.

TEXTO **JESÚS RODRÍGUEZ LENIN**  
FOTOGRAFÍA **MONTSE LAGO**

**A**unque ha desarrollado buena parte de su trayectoria profesional en el ámbito del marketing en empresas de deporte y bienestar físico, Pilar Souto (Asturias, 1985) se incorporó a la tecnológica Asseco Spain en mayo de 2019 asumiendo un proyecto muy apetecible. “Trabajar en una empresa tecno-

lógica era un reto profesional que me apetecía afrontar, ya que se trata de un sector estratégico destinado a liderar la actividad empresarial del futuro mas inmediato. Hoy en día, la tecnología es la base de todas las operaciones de negocio y creo que, para todos los profesionales que tenemos la suerte de pertenecer a este campo, es un desafío diario que nos pone a prueba y nos hace crecer día a día”, confiesa.

Lo que no podía saber Pilar era hasta qué punto esa aspiración iba a convertirse en un desafío descomunal en cuestión de pocos meses, cuando el 14 de marzo de 2020 se decretó el estado de alarma en España. De la noche a la mañana todos nos vimos sumergidos en una distopía inimaginable. “Tras una primera fase de análisis de la situación nos dimos cuenta que la única vía para relacionarnos era a través del entorno digital, con lo cual cobraba vital importancia la actividad de las empresas tecnológicas como la nuestra en esa nueva normalidad y que con nuestros servicios podíamos ayudar a las empresas a adaptarse a este nuevo modelo que surgía a raíz de la pandemia”.

Para la mayoría de las compañías la presión por migrar inmediatamente hacia el trabajo en remoto supuso un desafío trascendental, ya que debían amoldarse a nuevos sistemas de trabajo para mantener la continuidad de su negocio. “La mayoría de las compañías del sector servicios no disponían de comercio electrónico, no podían por tanto vender sus productos y tampoco disponían de un sistema de control de aforo –recuerda Souto-. En el sector salud descubrimos la necesidad de implantar la telemedicina, en el ámbito educativo nos dimos cuenta que la enseñanza a distancia no estaba desarrollada para llevarla a cabo desde casa. Toda esta casuística fue en ese momento, y a día de hoy, una oportunidad para nosotros.

Muchas empresas se lanzaron al teletrabajo adquiriendo portátiles sin securizarlos y esto facilitó un gran aumento de ciberataques en pleno confinamiento. Nosotros ayudamos a grandes empresas a salir de esa situación tan crítica haciéndoles sentirse mucho más seguras”. **W**