

## Digital Week: la digitalización de las empresas es ya una realidad

- La Neurona ha celebrado la primera feria online, tras el COVID-19, para la digitalización de la empresa.
- Con más de 2.000 inscritos, Digital Week ha demostrado que las empresas se están digitalizando cada vez más y más rápido.
- Ángel Niño, concejal delegado de Área de Innovación y Emprendimiento en el Ayto. de Madrid, ha cerrado las jornadas.

La Neurona ha celebrado [DIGITAL WEEK](#), del 7 al 10 de julio de 2020, siendo la primera feria online del sector para ayudar a las empresas a adaptarse a la nueva normalidad. Con **más de 1.000 asistentes y 4 días seguidos de retransmisión**, el evento online **ha sido el primero, de estas características, surgido tras la crisis provocada por el COVID-19.**

Digital Week se ha centrado en actualizar la información de los profesionales dentro de un entorno cambiante, donde se han dado a conocer soluciones digitales para que los profesionales puedan automatizar los procesos manuales con alto coste, pero bajo valor, y se dediquen a tareas de mayor valor añadido. *“Ha tenido que llegar esta profunda [crisis provocada por el COVID-19](#), para que muchas empresas que estaban aletargadas digitalmente, en tan solo unos meses, acelerasen sus procesos de digitalización, hasta el extremo de que aquello que se planteaban únicamente en los canales físicos ahora lo realicen únicamente en el ámbito digital”, explica Miguel Ángel Robles, CEO de La Neurona.*

### La digitalización de las empresas es ya una realidad

*Si hay algo que nos ha enseñado esta situación es que no se puede solucionar problemas de hoy con las soluciones de ayer. El comercio electrónico y el teletrabajo han llegado para quedarse”,* explicó Ángel Niño, concejal delegado de Área de Innovación y Emprendimiento en el Ayto. de Madrid. Además, se reconoció como “innovador convencido” y afirmó alegrarse por los avances en la digitalización, aunque puntualizó, *“queda largo camino para que nuestras pequeñas y medianas empresas entren en este terreno”.*

**En los cuatro días de actividad, se trató la digitalización del departamento financiero, el de marketing, el comercial y, por último, el departamento de RRHH.** Además, se han realizado **webinars - demo**, donde los asistentes han tenido la posibilidad de conocer, en tiempo real, las soluciones tecnológicas creadas para optimizar la gestión en los distintos ámbitos de la empresa

Mario Aguilar González, CEO de Modern Partner y moderador de dos de las mesas redondas celebradas resumió el *leitmotiv* del encuentro, *“uno de los grandes retos a los que nos enfrentábamos con la “superdigitalización” era la necesidad de humanización y en este Evento Digital creo que lo hemos conseguido.”*

### Adaptarse a los cambios, una obligación

*“La digitalización en las empresas ha llegado para quedarse. Esta crisis sanitaria provocará a nivel mundial que sólo aquellos adaptados a este proceso en tiempo y forma oportuno*

*sobrevivirán*”, explicaba Miguel Ángel Robles, aunque esta reflexión fue llevada a cabo en todas las sesiones. La digitalización de las empresas es una realidad y ninguna debería quedarse atrás.

### **Éxito de convocatoria**

Con más de 2000 inscritos, **Digital Week se consagra como el evento que más personas ha reunido de forma virtual hasta la fecha.** Además, ha contado con 46 expertos, 50 colaboradores, 13 sponsors, 15 webinars, 8 sesiones generales que **no podrían haberse celebrado sin la colaboración institucional del Ayuntamiento de Madrid y el apoyo de Aegon, Alive Business Consulting, AquaESolutions, Arsys, Berlitz, Biometric Agreement, B2bSafe, Cezanne, Ekon, Exact, Informa, Normadat, Nett Formación, Saqqara Informática y Wolters Kluwer** y la colaboración de diversas asociaciones y media partners como Big Data Magazine, Cybersecurity news, Ecommerce news, Esencia de Marketing, Foro Marketing, Marketing Directo, Martech Forum, Muy Pymes, el Observatorio RH, RRHHPress, Siendo Pyme, Todo Startups.

**SOBRE LA NEURONA.** La Neurona es un proyecto de Interban Network, una agencia de contenidos y eventos, especialista en mercados B2B con más de 20 años de experiencia. La compañía madrileña es la primera plataforma 360 grados del mercado que ofrece contenidos de valor para directivos y profesionales.