

# Shacho Kai

## Informe general de la Mesa Redonda de Transformación Digital en las Empresas

Participan:



Madrid, 25 de marzo del 2016

## Introducción

Se ha celebrado el pasado 25 de marzo del 2016 una mesa redonda sobre el tema "La Transformación Digital en las Empresas", organizada por La Asociación de Empresas Japonesas SHACHO KAI, con la asistencia del Excmo. Sr. Embajador del Japón, en la que varios especialistas de empresas japonesas de primer orden en tecnología como Fujitsu, Hitachi Consulting, NEC, NTT y Ricoh, aportan una visión panorámica de la importancia de la adaptación de las empresas a las nuevas tecnologías, para poder ganar en competitividad y rentabilidad y también para adaptarse a un entorno global que está experimentando una fuerte transformación.



### Miguel Ángel Mondelo

Redactor Jefe  
EFE Empresas.  
Moderador de la mesa

### Jorge Pérez

Catedrático de Telecomunicaciones,  
Director de Economía Digital de RED.ES  
y Coordinador para la Gobernanza de Internet



### Cristina Magdalena

Directora de Innovación  
Fujitsu España

## Jorge Fernández Arguelles

Director de Consultoría  
Hitachi Consulting



## Víctor Martínez Iglesias

Director de Negocio Smart City en Europa  
NEC



## Juan Pablo Plaza

Director de Negocio  
NTT Communications



## Fernando Carrión

Responsable de Desarrollo Digital  
Ricoh



## Objetivos y resultados esperados

Este encuentro ha tenido como objetivo el estudio de cómo el hecho digital está modificando profundamente la sociedad y, por consiguiente, el tejido empresarial a un ritmo trepidante y de una manera integral. La transformación digital es la oportunidad estratégica de incorporar nuevas tecnologías, pero sobre todo nuevas lógicas, para que la empresa sea más eficiente y permita encontrar nuevas oportunidades de negocio. Esta es la perspectiva que ha seguido la mesa redonda para:

- Identificar las oportunidades para las empresas, sobre todo las pymes, que ofrece la transformación digital para el descubrimiento de nuevos modelos de negocio, apertura de nuevos canales de venta y búsqueda de nuevos canales de comunicación con el cliente.
- Emprender un intercambio de informaciones y de experiencias sobre los principales desequilibrios en el mundo empresarial con la transformación digital. Establecer lazos de cooperación entre las instituciones con el fin de luchar contra la brecha digital.
- Señalar bajo forma de recomendaciones algunos puntos clave para acometer la transformación digital de las pymes.

## Desarrollo de la mesa



### Apertura

En su discurso de bienvenida, el Excmo. Sr. D. **Kazuhiko Koshikawa**, embajador del Japón, ha expresado la firme voluntad de su Primer Ministro, **Shinzō Abe**, de convertir Japón en la mayor potencia en innovación del mundo, con el fin de crear nuevos modelos de negocio relacionados con el Internet de la cosas. Seguidamente, insta a las instituciones a profundizar en la cooperación ciencia y tecnología entre España y Japón.

Una cooperación que, según ha señalado, ya está dando resultados concretos, poniendo como ejemplo la construcción en La Palma del mayor telescopio Cherenkov del hemisferio norte, el prototipo del LST (Larger Size Telescope), mediante un acuerdo entre el IAC y la Universidad de Tokio; o la participación de la Embajada de Japón, como único país invitado, en la pasada Global Robot Expo de Madrid, donde estuvo presente la foca PARO, conocida en España como Nuka, el robot más terapéutico del mundo desarrollado por **Takanori Shibata**, Director de Investigación del Instituto Nacional de Ciencia y Tecnología Industrial Avanzada de Japón (AIST); y el aclamado 'Traje de Músculo' (Exo Muscle), un exoesqueleto con tecnología neumática desarrollado por el catedrático de ingeniería **Hiroshi Kobayashi**.

También quiso poner de relieve la destacada actividad que vienen desarrollando desde hace varios años ciertas empresas como Fujitsu, desplegando acciones en colaboración con instituciones públicas, basándose en la innovación aplicada a los negocios. Como prueba de ello, señala la reciente inauguración en Madrid de un Centro de Investigación Europeo especializado principalmente en Analítica de Datos.

A continuación, el Director de Economía Digital de Red.es, Jorge Pérez, comenzó su ponencia, diciendo que no se trata de incorporar nada a nuestras empresas, sino de afrontar la transformación del modelo de negocio, por lo tanto, de un cambio estructural, donde además el empoderamiento del usuario es enorme y también el crecimiento. Respecto a España, nos encontramos bien posicionados en la media europea, siendo muy fuertes, el nº 2 a nivel mundial, en digitalización de la Admón. Pública. Nuestras grandes empresas se han incorporado bien, sin embargo, fallamos en las Pymes. Las Pymes representan el 65% del PIB y 75% del empleo, con una plantilla media entre 1 y 8 empleados, utilizan los medios existentes para comprar pero no para vender. Se acaba de lanzar un fondo a través del programa de la Entidad Pública Empresarial Red.es para ayudar a las pymes en la adopción de soluciones empresariales basadas en tecnologías de computación en la nube, que ayuden a posicionarlas estratégicamente en el mercado. Como ejemplo, la oportunidad que tienen delante los 800.000 negocios minoristas si se digitalizan. Una auténtica revolución.

Por último recalcó que están trabajando con fuerza para evitar que el marco regulatorio sea una barrera a la transformación digital y animó a todos a incorporarse a este nuevo mundo lleno de oportunidades.

Por su parte, Mariano Llanas, presidente de Shacho Kai, apuntó la gran vocación tecnológica e innovadora de la Cultura Empresarial Japonesa y el importante papel que está jugando en la actual revolución, a través de empresas como las representadas en la mesa, y animó a las empresas asistentes a participar y debatir, y especialmente, a incorporarse a este nuevo mundo lleno de oportunidades.



## Principales diferencias del nuevo proceso de transformación digital

El moderador del debate, **Miguel Ángel Mondelo**, Redactor Jefe de EFE Empresas, inicia la sesión - tras presentar el programa y los participantes- con el tema introductorio de la mesa redonda, es decir: “Principales diferencias del nuevo proceso de transformación digital”.

En este marco, los representantes de Fujitsu, Hitachi Consulting, NEC, NTT y Ricoh han introducido el debate mediante algunas intervenciones sobre el nuevo marco disruptivo que se está dando en la sociedad a través de las nuevas tecnologías, lo que inevitablemente ha llevado a la transformación de nuevos modelos de negocio, así como la velocidad y el alcance global de estas transformaciones.

- A continuación, los participantes han sido invitados a debatir sobre el riesgo del surgimiento de una brecha digital en el seno de la sociedad. “Corremos el riesgo de mayor desigualdad social debido al impacto de las nuevas tecnologías. Los gobiernos deben asegurar que la transformación digital sea realmente democratizadora.” afirma **Jorge Fernández Arguelles**, Director de Consultoría Hitachi Consulting. Por su parte, **Víctor Martínez Iglesias**, Director de Negocio Smart City en Europa de NEC, expone que “La transformación digital ha llegado a todos los ámbitos, incluyendo las ciudades y territorios. Desde NEC estamos trabajando en varios proyectos en los que gracias a la tecnología las ciudades están siendo capaces de transformar no solo la manera en la que se proporcionan los servicios públicos a los ciudadanos, sino también la forma en la que dichas iniciativas se ponen en conocimiento de la ciudadanía e incluso cómo todo ello afecta a los procesos de gobernanza de los municipios”.



## Impacto de la transformación digital en el mundo educativo y laboral

Esta sesión ha sido dedicada al tema “Impacto de la transformación digital en el mundo educativo y laboral”. Las intervenciones de los miembros de la mesa han abierto el debate haciendo hincapié en los siguientes puntos:

- “Necesidad de ajuste de un modelo educativo en el que las empresas y los nativos digitales se encuentren cómodos en cuanto a qué perfiles quieren contratar las primeras y qué pueden ofrecer los segundos.” **Juan Pablo Plaza**, Director de Negocio de NTT Com.
- “El talento antiguo dentro de las empresas tiene que someterse a una transformación cultural respecto a las nuevas tecnologías. Además, estas mismas empresas deben implantar un sistema de incentivos para retener el talento de los nuevos y viejos trabajadores.” **Cristina Magdalena**, Directora de Innovación de Fujitsu España.
- “La automatización de ciertos procesos productivos, de gestión y de servicios, conllevará a que las empresas busquen perfiles más profesionalizados, penalizando aquellos menos cualificados. En la otra cara de la moneda, los avances tecnológicos siempre han desarrollado nuevas profesiones y por lo tanto nuevos puestos de trabajo.” **Fernando Carrión**, responsable de Desarrollo Digital de Ricoh.
- “Los modelos de relación entre la empresa y el consumidor nunca han sido tan cercanos. Las empresas deben poder ofrecer sus servicios de la manera más rápida y automática posible. Habrá empleos que se reconvertirán, pero otros gracias a la tecnología se convertirán en la excelencia.” **Víctor Martínez Iglesias**, Director de Negocio Smart City en Europa de NEC.



## Sesión temática: Cambio en la relación cliente-empresa

Al inicio de este bloque, los participantes han aseverado que Internet ha cambiado al consumidor. Lo ha empoderado. Este hecho ha forzado a las empresas a cambiar su relación con el consumidor. Las nuevas tecnologías permiten a las empresas conocer mejor a su clientela y obtener su lealtad mediante información pertinente de manera que puedan calibrar mejor sus necesidades y satisfacerlas de forma efectiva.

Además, el intercambio de opiniones entre los participantes ha aportado las siguientes ideas:

- “Las organizaciones deben buscar medios de interacción poco intrusivos con el consumidor y que generen la mayor cantidad de información posible.” **Cristina Magdalena**, Directora de Innovación de Fujitsu España.
- “En el nuevo entorno de las RRSS podemos recoger feedback de gran utilidad para mejorar los productos/servicios de las empresas.” **Juan Pablo Plaza**, Director de Negocio NTT Com.
- “Para fidelizar a sus clientes, las empresas deben ser transparentes y ser verdaderamente diferenciadoras.” **Fernando Carrión**, responsable de Desarrollo Digital de Ricoh.



## Sesión temática: Situación de las pymes en España

Las intervenciones sobre la situación de la pequeña y mediana empresa en España han suscitado y ampliado un debate sobre la eficacia de los fondos FEDER al tema de la sesión. **Jorge Fernández Arguelles**, Director de Consultoría Hitachi Consulting, señala que “estos fondos se han destinado principalmente a mejorar la infraestructura de la administración pública, en detrimento de la mejora del tejido empresarial español”.

Los miembros de la mesa también han querido destacar que, si bien el nivel de madurez en la digitalización de las pymes españolas es muy alto a la hora de mejorar sus procesos internos, no lo es tanto para generar nuevos modelos de negocio, nuevos ingresos, o nuevas formas de interrelacionarse con el cliente.



## Impacto del Big Data, Internet de las Cosas y el Cloud Computing en la vida de las personas y el entorno empresarial.

En este marco, se ha aseverado que el cambio disruptivo de las nuevas tecnologías no es un proceso compartimentado, sino que afecta a todos por igual, tanto empresas como individuos. Del mismo modo, recomiendan no hacer un uso masivo de la tecnología digital, sino una buena gestión de lo digital, ya que de lo contrario, no sirve de nada. Con la transformación digital si una empresa desea evolucionar empresarialmente, debe cuestionarse primero la idea de lo que será su futuro negocio y por qué le interesa realmente acometer ese cambio.

## Conclusiones de la mesa redonda

La mesa redonda ha establecido una serie de puntos alrededor de los cuales se ha llegado a un consenso final. La transformación digital es un proceso largo y en constante cambio cuya base es cultural. Las principales conclusiones aquí apuntadas han sido en torno a:

- Hay más visión sobre la exigencia en abordar el proceso de digitalización, que inversión destinada a ello.
- Todavía hay escasos recursos asignados a personas y organizaciones.
- Escasa relevancia de la innovación ligada a la digitalización.
- La transformación digital de las micropymes se hace sumamente difícil.
- Ausencia de una hoja de ruta clara y compartida a nivel de Comité de Dirección de las empresas.

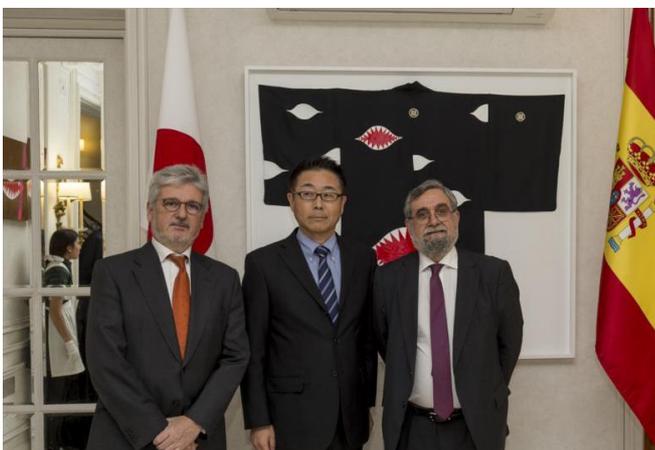
- La digitalización supone una ventaja competitiva para las empresas, y no acometerla supone una clara pérdida de oportunidad.
- La transformación está liderada con la visión del consumidor como protagonista.
- Todos los empleados son necesarios, tanto los empleados actuales para mantener el negocio existente, como los nuevos empleados digitales, para preparar el futuro. Surgirán nuevos puestos de trabajo y funciones.
- Para las compañías japonesas es importante la oportunidad de desarrollar “espacios de creación colaborativa” con clientes, en la búsqueda y solución a sus necesidades.
- El cambio no es nada nuevo, como siempre lo importante es la gestión del cambio, que nunca termina y donde las empresas japonesas somos expertas, sólo que ahora afrontamos un cambio cultural. En USA sólo contratan a nativos digitales.
- Pasamos de analizar lo que ha pasado a predecir lo que va a ocurrir via el Big Data y la predicción, habrá que aprender a utilizarlo.

## Una última visión

**N**o hay duda alguna de que la Inteligencia Artificial, la Robótica y el Internet de las Cosas (áreas donde Japón es un líder mundial), junto a Big Data y la Analítica de Datos deben estar al servicio y beneficio de la sociedad y no para destruir el empleo.

Tendremos que desarrollar modelos predictivos contando con una capacidad de computación casi ilimitada y desarrollos de software de fácil y económico acceso gracias al Icloud.

Todo un nuevo mundo lleno de oportunidades delante de nuestra sociedad.



De Izquierda a derecha, Mariano Llanas, Presidente de Shacho Kai, el Sr. Embajador de Japon, y Jorge Pérez, Director Economía Digital de Red.es



Cristina Magdalena de Fujitsu, Jorge Fernandez de Hitachi Consulting, Víctor Martinez de NEC, Juan Pablo Plaza de NTT Com, Fernando Carrión de Ricoh

