AMETIC

2º Encuentro de Economía Digital

Crónica de ponencias.

2ª Jornada. 6 de abril de 2016

**“El poder transformador del Sector TIC”**

**Pedro Nueno**

Profesor del IESE y presidente ejecutivo de la Escuela Internacional de Negocios China-Europa (CEIBS)

“Es evidente que las TIC están promoviendo cambios fundamentales en nuestras sociedades”, comenzó planteando el profesor Pedro Nueno al iniciar su ponencia “El poder transformador del Sector TIC”, con la que se inició la última jornada del “2º Encuentro de Economía Digital”, organizado por AMETIC.

Tras ilustrar con diversos ejemplos de cómo las tecnologías, mecánicas en un principio hasta las digitales en la actualidad, a lo largo de centenares de años en algunos casos han ido estableciendo una conexión usuario-objetivo. Oficinas, tiendas, escuelas, bancos, etc., hasta llegar al momento digital que estamos viviendo.

Las TIC evidentemente han transformado la relación usuario objetivo variando a veces de forma sustancial la forma de conectarse. Durante la última década, por ejemplo, lo smartphones han cambiado muchos aspectos de nuestra vida cotidiana, como nuestra relación con el banco y la forma en que compramos y disfrutamos de nuestro ocio. El próximo paso es la sanidad.

Respecto al banco –dijo– estamos viendo que al día de hoy es Google quien va cobrando cada vez mayor peso en el mundo financiero, dada su posibilidad que ofrece a una serie de “start ups” de mover sus servicios a través de la red. Hasta tal punto que la oficina bancaria es el móvil.

Lo curioso es –dados los ámbito en los que se desarrollan- que no se implanta a la misma velocidad en todo el mundo. En África, por ejemplo, el e-Bank se ha impuesto con fuera ya que prácticamente en la gran mayoría de los países no existen sucursales bancarias, pero el teléfono móvil llega a todas partes. Lo mismo que en China, donde, además de existir relativamente pocas sucursales, se echa en falta una buena atención a los clientes. Algo para lo que se nos pidió ayuda.

En África y dadas sus condiciones sociopolíticas y geográficas, entre ellas lejanías de médicos y hospitales, también es probable que el e-Heath se abra camino, pero no sólo como posibilidad de diagnóstico, sino también para indicar el tipo de medicamente que se debe utilizar y qué claves deberá tener. Esto último dado al gran número de falsificaciones en diversos tipos de medicinas.

No cabe duda que el móvil concentra la mayor capacidad de servicio en lo que a digitalización respecta, además de las conocidas aplicaciones bancarias, de compra, visualizaciones de productos diversos, etc., estamos viendo enormes campos de actuaciones en los sectores turísticos, de aerolíneas, tours, etc. Esto cara al exterior resulta muy interesante para nuestra economía. Ahí están las ofertas turísticas en chino, para que buena parte de los habitantes de aquel país puedan enterarse de lo que ofrece España en el campo turístico.

También hay que tener en cuenta otra visión de las ofertas digitales, aunque muchas de ellas han ido ganando mercado y otras lo van perdiendo, algunos pronósticos hechos con bastante ruido, o resultan fallidos o bien no terminan de entrar del todo en el mercado. Es el caso, por ejemplo, del automóvil conectado o el eléctrico. En Europa durante el último año se han vendido 100.000 unidades, en Estados Unidos 200.000 y en China 300.000. Poco número, más bien escaso, para mercados tan gigantescos.

Incluso hay pronósticos bastante poco realistas. Hace cinco años el presidente de Volvo indicó que su marca se haría con el mercado Chino de coches eléctricos. Ahora la fecha se ha elevado a 2020. Más realista si se quieres, es la afirmación de BMW que ve ese panorama para dentro de 20 ó 30 años. Tardarán, pero llegarán.

Como fondo y para todos los sectores, el aspecto seguridad. En el mundo digital -afirma el profesor Nueno– la confidencialidad no existe, lo que ayuda es la velocidad con la que circulan los datos. De todas maneras hay que seguir muy de cerca estas alternativas y perder el miedo a compartir datos e información.

**“Industria conectada 4.0 la transformación digital de la industria española”**

**Begoña Cristeto**

Secretaria General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

“¿Somos conscientes de la revolución digital en la que estamos entrando? ¿De los beneficios que a diario se nos ofrecen?” Con estas preguntas inició su intervención Begoña Criteto, y afirmó, “Todo lo que se necesita para utilizar en las aplicaciones de software está disponible como un servicio en Internet: movilidad inteligente, logística inteligente, redes inteligentes, edificios inteligentes, productos inteligentes, fábricas inteligentes… Estas últimas ejerciendo la función de integración de datos, procesos y sistemas en la gestión de la producción”.

Todo ello genera unos beneficios inimaginables hace sólo una década. Pero ahí están. Desarrollo tecnológico y dinamización de la economía. Flexibilidad en la producción (cambios en la configuración que no afectan el tiempo de producción). Personalización (satisfacer peticiones del cliente incluso con bajos volúmenes de producción). Optimización en la toma de decisiones (información en tiempo real Aumento de la productividad y eficiencia en recursos (seguimiento exhaustivo a lo largo de todo el proceso productivo). Nuevas oportunidades de negocio (especialmente en servicio derivados o de apoyo).

Estos avances podemos valorarlos a través del impacto de la transformación digital en un par de áreas. En producto por ejemplo está el caso de los tejidos inteligentes, que incorporan sensores para proporcionar funcionalidades adicionales a las prendas. O en modelo de negocio, la impresión 3-D, que facilita y acelera el proceso de diseño y prototipaje reduciéndose el time-to-market.

Ahora bien, hay que tener en cuenta el marco de habilitadores de la digitalización que en un universo en el que para llegar al producto forman parte cliente/usuarios y empleados/colaboradores. Este panorama contempla las aplicaciones de gestión intraempresa/interempresas; comunicaciones y tratamiento de datos; y la hibridación del mundo físico y digital.

Su objetivo es incrementar el valor añadido y el empleo en el sector industrial español. Desarrollar la oferta local de soluciones digitales; y desarrollar palancas competitivas diferenciadas para favorecer la industria española e impulsar sus exportaciones.

Para ello se contempla unas líneas de actuación muy concretas interconectadas: apoyo a la evolución digital en la industria (apoyo a la efectiva implantación de habilitadores digitales en la industria española); concienciación y formación (concienciación a través de la divulgación; y formación para el desarrollo de competencias relacionadas con Industria 4.0); creación de entornos colaborativos y plataformas (impulso a la creación de entornos y herramientas de colaboración para favorecer la comunicación, el intercambio de ideas y la colaboración entre los sectores tecnológico industrial); impulso a los habilitadores digitales (aseguramiento de las condiciones necesarias para el desarrollo de las oferta de habilitadores digitales en España).

En este marco de actuación se ha subdivido en 8 áreas estratégicas (Concienciación y comunicación, Formación académica y laboral, Entornos y plataformas colaborativos, Fomentar el desarrollo de habilidades digitales, Apoyo a empresas tecnológicas, Apoyo a la adopción de las 14.0 por la Industria, Marco regulatorio y estandarización y Proyectos del 14.0). Aún queda bastante por hacer, aunque ya se ha logrado avanzar en Entornos y plataformas colaborativas, Apoyo a la adopción de 14.0 por la industria y Concienciación y comunicación. Para este último apartado, se ha centrado en 20 temas divididos en cuatro grandes áreas: Industria Conectada 4.0, Habilitadores digitales: los sistemas Ciberfísicos; la gestión del ciclo de vida del producto en la Industria 4.0; y Transformación digital hacia la Industria 4.0. Sobre la Industria Conectada 4.0.

La Secretaria General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa concluyó “estamos haciendo las cosas bien. Hemos cogido la locomotora cuando debíamos con un interesante apoyo público y privado. Tenemos muy claros nuestros objetivos que apuntan a construir el modelo español para la industria del futuro. Esto exige incrementar el valor añadido y el empleo en nuestro sector industrial. Desarrollar la oferta local de soluciones digitales, y desarrollar palancas competitivas diferenciales para favorecer nuestra industria e impulsar sus exportaciones”.