



ÁNGELES DELGADO, PRESIDENTA DE FUJITSU ESPAÑA

“Es el momento de reimaginar las operaciones de las empresas”

« Fujitsu ha seguido su curso en positivo en un año marcado por la covid que, según su máxima responsable en España, apenas ha tenido incidencia en la operativa que ofrece a sus clientes. Las personas se han situado en el centro y la flexibilidad es una máxima. Su portfolio digital, la cloud y la ciberseguridad se postulan como arietes de una estrategia que busca reimaginar todas las operaciones de las empresas.



Tras el impacto de la covid en nuestra sociedad, ¿cómo tuvo que reaccionar Fujitsu ante la situación?

Esta situación ha puesto de manifiesto que se tienen que poner habilidades de liderazgo en el mundo digital. Son básicas la anticipación y la gestión.

En nuestro caso, montamos en febrero un comité diario de seguimiento de la covid para ver los escenarios posibles. De entrada, chequeamos la renovación de portátiles y reforzamos algunas líneas; ya durante la segunda semana de marzo nos llevamos toda la organización a remoto, más de 2.000 personas. No hemos tenido ninguna interrupción de servicio, teniendo en cuenta que gestionamos los centros de datos de la Sanidad de Madrid, Andalucía y parte de la de Cataluña, y manteniendo redes bancarias y muchos servicios esenciales de la AAPP, como en la GISS y el Instituto de Empleo.

En el tema sanitario hemos tenido que dar el máximo. Al provisionar los sistemas informáticos para poner en marcha Ifema; en Cataluña nos llevamos a 40.000 sanitarios al cloud en tres días, con VMware sobre Amazon.

¿No se han corrido riesgos en ciberseguridad?

Hemos estado muy pendientes de todas las áreas de ciberseguridad, ha habido bastantes intentos de ataques, y muchos dirigidos a la sanidad, y hemos tenido la capacidad de hacer que apenas impacten. Las operaciones de todos nuestros clientes han continuado y sobre todo en servicios críticos, creo que hemos hecho una gestión excelente.

Tenemos 11 edificios en España preparados ya con medidas de seguridad para la vuelta a la normalidad, pero tenemos que medir muy bien los riesgos. Estamos preparados para ello, pero de manera prioritaria estamos en teletrabajo.

¿Cómo se encuadra la iniciativa de Fujitsu de seguimiento de personas?

En marzo lanzamos 'Fujitsu Contigo', para acompañar a las personas, no solo de que funcione todo bien en tecnología, sobre todo es ver cómo las personas gestionan sus emociones, cómo las conectamos, porque el trato humano es muy importante, y dar un escape con una sonrisa. Conectamos a la gente en eventos virtuales, de carácter personal, con concursos de fotografía, hemos dado charlas con médicos, sobre cómo gestionar las emociones... La gente se ve acompañada por la compañía.

¿El teletrabajo será una modalidad que ganará definitivamente terreno?

Hemos realizado una encuesta que señala un porcentaje bajo, de solo el 4%, de empleados que quieren volver al trabajo de forma solo presencial. El 50% dice que están bien así y otro porcentaje alto que quiere flexibilidad. No creo en el concepto de teletrabajo como tal, como puro trabajo a distancia, puede provocar que se pierda la conexión con la empresa. Vamos a fórmulas híbridas.

Cada canal tendrá su función. En la oficina se irá a entornos más colaborativos, de formación, de innovación, a aquello que dé valor el estar juntas las personas. Y claro, estamos rediseñando las oficinas para ir en este sentido. Hay que pensar para qué sirve cada espacio, nos llevará a un sistema más eficiente y flexible y permitirá a la gente conciliar mucho mejor. Esto va a permitir atraer más talento a las compañías.

¿Qué están haciendo para captar talento?

Necesitamos adoptar nuevos comportamientos digitales. Es un proceso largo que no se hace en 24 horas. Hace ya años que empezamos programas de transformación cultural, de desarrollo, como 'Rumbo a 2020'. No solo son conocimientos tecnológicos, llevamos años invirtiendo en certificaciones para tecnologías cloud y digitales, y hemos generado Centros de Excelencia en España. En la parte tecnológica estamos bien y en la parte de habilidades estamos acelerando porque va a ofrecer una diferencia competitiva. Es un tema no solo de formación, sino de procesos, de liderazgo, de herramientas y de desarrollar la mentalidad digital.

Dentro de ese paraguas está el 'Digital Mindset'. La organización tiene que transformarse para ser más ágil y flexible. Hemos lanzado un concepto de microempresas con unidades multidisciplinares, para poner todas las personas con distintos tipos de conocimientos en torno a una idea y una estrategia común, hemos hecho una para el mundo cloud, otra para nuestro portfolio digital y otra para ciberseguridad.

También cobra mucha importancia saber gestionar las emociones de las personas; estamos en un proyecto con la Escuela de Liderazgo Emocional para analizar la salud mental de las personas.

¿El workplace toma ahora más relevancia?

Fujitsu mantiene una estrategia de extremo a extremo tanto en productos como servicios. No ha cambiado el foco estratégico, una cosa que sí hicimos fue revisar nuestro portfolio cuan-

Las operaciones de todos nuestros clientes han continuado sin incidentias, y sobre todo en servicios críticos

¿HACIA DÓNDE QUIERE LLEVAR FUJITSU SUS PROYECTOS MÁS INNOVADORES?

“En nuestro evento ‘Fujitsu Activate’ hablamos de reimaginar todas las operaciones de las empresas, la experiencia del cliente y del empleado, y todos los sectores. El foco está en el área de producto, con todas las tecnologías de hiperconvergencia y de supercomputación. Hoy por hoy somos el número uno en supercomputación con el ordenador Fugaku, que se está utilizando en I+D para el tema covid. En el resto de las áreas orientadas a la eficiencia de las operaciones, o procesos inteligentes, inteligencia de los datos, experiencia del cliente y del empleado, Fujitsu está detrás con IoT, IA, realidad aumentada, cloud, seguridad y computación cuántica. En España tenemos un área digital, con pruebas en clientes en computación cuántica, en analítica e IA somos Centro de Excelencia para Europa, y con capacidades en seguridad y cloud, y lo hacemos cross para todos los sectores. Hemos firmado en analítica con la Agencia Española de Medicamentos, en big data con el Consorcio de Transportes de Madrid, en procesos inteligentes con clientes como BMW... Y, además, hemos cedido 40.000 patentes de tecnología de uso libre para investigadores y desarrolladores alrededor de la covid”.

do apareció la covid, y la estrategia workplace. Ahora la hemos denominado ‘Fujitsu Work Life Shift’ (balance, trabajo, vida en el puesto de trabajo). Le damos otra dimensión más completa, organizativa, de habilidades digitales, de cómo el puesto de trabajo ayuda a la estrategia de la empresa.

Digital Workplace es clave. En España no se había producido ese cambio como en otros países, había poca virtualización del puesto de trabajo, y ahora ya se ve como una herramienta de productividad y de conexión de empleados con la compañía. Como un proyecto representativo, CaixaBank tiene 40.000 tablets de Fujitsu en su red comercial.

¿El cloud debe tomar ahora mayor protagonismo?

El cloud se ha acelerado y todavía se tiene que acelerar más. Nosotros ya estábamos en una estrategia multicloud, con un nivel altísimo de certificaciones: Amazon Web Services, Microsoft y Google, y con todas las capacidades de orquestación que aportamos... Los clientes lo que buscan es un híbrido.

Hemos firmado el proyecto de Madrid Digital, creo que es el primero en el entorno de la AAPP donde verdaderamente va a haber un movimiento importante al cloud.

¿También piensa que en 2020 se ha acelerado la digitalización?

En el área digital se han desarrollado los procesos inteligentes. Parecía que había cierto parón, pero hay una aceleración importante; en nuestro caso, hemos digitalizado todas las oficinas de Pelayo y tenemos un acuerdo con el Consorcio de Transporte de la Comunidad de Madrid en analítica de datos.

También estamos viendo un interés creciente por la computación cuántica, campo en el que vamos a explorar y optimizar productos financieros para BBVA.

Ese portfolio digital se refuerza además con dos iniciativas verticales, como son Sanidad y Justicia.

¿Cómo espera que impacte en el negocio la situación económica del país?

Es muy difícil contestar, hay muchas variables que no manejamos. No sabemos el impacto de la segunda ola, no sabemos el cerrojo de la economía. Empezamos el ejercicio el 1 de abril y por primera vez en la historia hicimos cierre de marzo en remoto. Preferimos trabajar

con escenarios y con diferentes predicciones para el año. Lo cierto es que la evolución de la empresa ha ido bastante mejor con respecto a ese escenario que contemplábamos más realista. Un ejemplo del impacto de la covid es que estábamos desplegando los nuevos sistemas de grabación inteligente de audio y vídeo en los juzgados de la Comunidad Valenciana y se paró el proyecto, aunque ahora lo hemos recuperado. Algún cliente ha pedido mayor flexibilidad, pero en general el impacto negativo ha sido bajo, menor de lo previsto en un escenario pesimista.

De cara al año que viene, el foco estará en áreas que tienen que crecer, en cloud y digitalización. Nuestra esperanza también está en esos fondos europeos, que en un 33% van a ir a digitalización, esperemos que el país se enfoque en eso y lo hagamos bien, y sea una inversión generadora que provoque un círculo virtuoso. Nos tiene que permitir dar un salto en innovación, donde estamos más atrás de lo que deberíamos.

¿Cambiará vuestro objetivo por sectores?

Hay sectores afectados, pero la situación es más granular ya que varía dependiendo de cada empresa. Nosotros tenemos la AAPP como un sector tradicional en toda su extensión, junto con la banca.

Pero antes de la pandemia ya comenzamos a trabajar con la empresa mediana, sobre todo en proyectos cloud, con clientes como Damm con el que hemos acordado un plan a cinco años para transformar su tecnología y migrar al cloud. Continuamos con estas porque son entidades que necesitan evolucionar en su digitalización, en el uso de los datos o en ciberseguridad.

Hay otras medianas con las que trabajamos desde hace mucho tiempo como Multiasistencia y Logalty, con las que gestionamos los sistemas cloud.

¿Qué se puede hacer por la sociedad?

Al margen de las iniciativas que he descrito, lanzamos la iniciativa ‘Fujitsu con la Sociedad’. Hemos fabricado respiradores en la fábrica de Málaga y lanzado la iniciativa ‘Currículum de Competencias Digitales’ impartida por Fujitsu en e-learning. Es interesante también la aplicación iBarrio, gestada por nuestro Centro de Desarrollo de Software; la lanzamos en mayo para conectar a los ciudadanos a través de una app con un comercio de un barrio. ■