



El papel de las multinacionales en la innovación en España





JTI

Innovación tecnológica: un factor clave para la competitividad de las empresas

**JTI**

Japan Tobacco International

La apuesta que la compañía ha hecho en España y concretamente en Madrid, es firme y con visión de futuro.

La accesibilidad y gestión de la información, la velocidad en la transferencia de la misma y la toma de decisiones de negocio que surge de su análisis, hace que se esté viviendo desde hace tiempo, una revolución tecnológica en las empresas en cuanto al desarrollo de herramientas analíticas y operacionales se refiere, con la finalidad última de ser más competitivos.

Con este objetivo nació el Hub de Información Tecnológica (IT) que la multinacional Japan Tobacco International (JTI) ha creado en Madrid. Se trata de un centro de referencia mundial de la compañía para el desarrollo de soluciones analíticas y operacionales de negocio, cuya misión principal es establecer un ecosistema digital sólido y avanzado al servicio de las necesidades de diferentes áreas de negocio (Marketing y Operaciones, Recursos Humanos, Finanzas, Comunicación, Cadena de suministro, etc).



La compañía destaca la alta cualificación académica de la plantilla además de sus perfiles multidisciplinares donde trabajan principalmente, ingenieros de las distintas ramas (Informática, Telecomunicación, Agrónomos, Industriales, Químicos) así como licenciados en Ciencias Físicas, Matemáticas y Estadística en la que la edad media no supera los 40 años.

Un número considerable de connacionales han tenido además, la oportunidad de seguir desarrollando su carrera en el ámbito internacional. Un buen ejemplo de exportación de talento nacional lo representa Rubén Cristobal, quien fue uno de los primeros empleados del centro IT en Madrid y hoy en día es Vicepresidente mundial de IT para el área de Marketing y Operaciones así como responsable de soporte de IT para todos los mercados y fábricas de la compañía.

Otros ejemplos incluyen personal de Madrid que ha pasado a formar parte de equipos de negocio en el área de Marketing ubicados en la sede central en Suiza u otros mercados.

Japan Tobacco International (JTI) es la división internacional de Japan Tobacco (JT) y es líder mundial en la fabricación y comercialización de productos del tabaco. Marcas emblemáticas como Winston, Camel y Benson & Hedges componen el núcleo de la cartera de productos.

Cuenta asimismo con grandes marcas como Ploom Tech, E- Lites y Logic en el sector de cigarrillos electrónicos y productos de tabaco sin combustión. La compañía emplea alrededor de 26.000 personas

El departamento de Global IT de JTI cuenta actualmente con más de 400 empleados ubicados en 19 centros repartidos por mundo, incluyendo el hub de Madrid, que es el segundo por número de empleados y actualmente es líder mundial en volumen y complejidad de proyectos que gestionan. Destaca por su know-how en el desarrollo de soluciones y programas clave para el desarrollo del negocio como es el TME (Trade Marketing Excellence) y la plataforma One ERP – SAP (Sistema de Gestión Empresarial) además de ofrecer soporte tecnológico a los 26.000 empleados que forman parte de Japan Tobacco International.

La apuesta que la compañía ha hecho en España y concretamente en Madrid, es firme y con visión de futuro. El centro IT de Madrid que nació con 3 empleados, hoy es, pasados más de diez años, un centro que se ha multiplicado por 28, con una plantilla de 87 personas y con visos de seguir creciendo en los próximos años.

en más de 72 países y vende sus productos en más de 120 mercados. JTI Iberia está constituida por los mercados de España¹, Portugal, Andorra y Gibraltar. Emplea a más de 750 personas comprendiendo todas las operaciones comerciales, 4 sedes, un Centro Global de Excelencia Informática & Tecnológica y el principal centro de producción industrial del archipiélago canario, con la mayor fábrica de cigarrillos de España, ubicada en la Isla de Tenerife.

Desde sus inicios, la compañía está fuertemente ligada a la innovación. Su ADN japonés le ofrece una visión más amplia de la misma, concebida como una filosofía de trabajo. Todo ello, gracias a la aplicación del principio japonés “Kaizen”, basado en una mentalidad corporativa de mejora continua con la vista puesta en ser más competitivos sin comprometer la calidad y el desarrollo de productos de riesgo reducido.



1.- Debido a las diferencias en los sistemas impositivos y de distribución de los productos del tabaco, el Archipiélago canario constituye un mercado propio.



La actividad de las multinacionales extranjeras es esencial en el desarrollo económico y social de España.

