

# Pymes

Autónomos y emprendedores

elEconomista

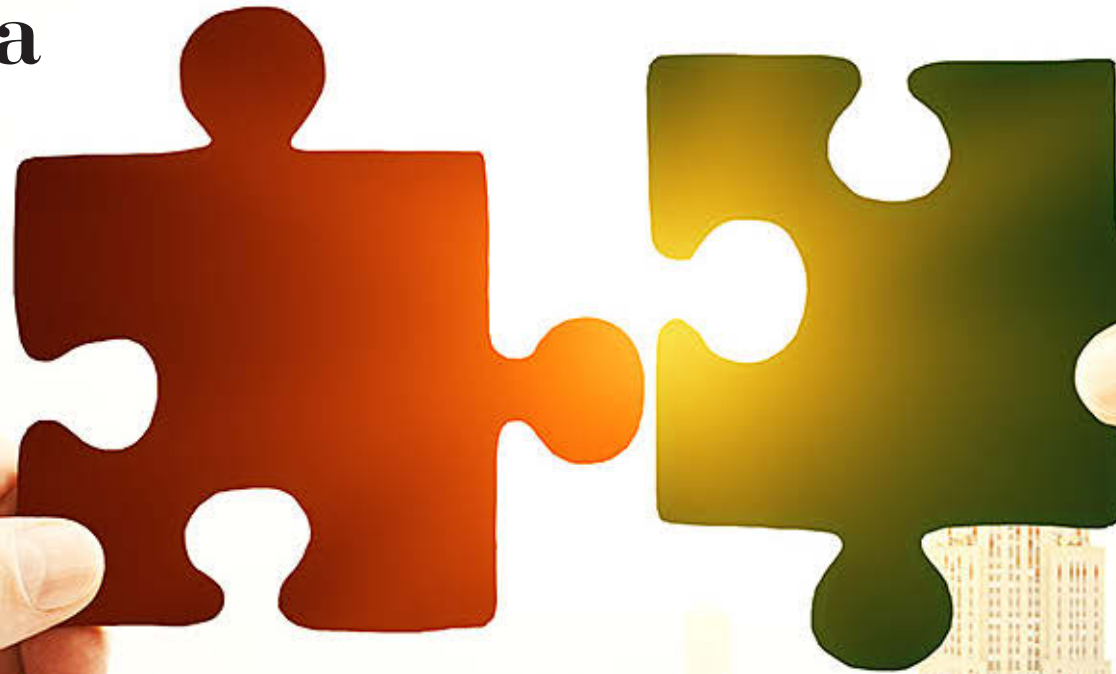
Revista mensual

20 de noviembre de 2017 | N° 36

Australia resulta clave para que las compañías accedan al eje asiático | **DESARROLLO EXTERIOR**

Tomás Castro  
Presidente de Conetic

“El tamaño de la pyme impide que demuestre su capacidad tecnológica” | **P8**



## LA ‘STARTUP’ Y LA GRAN EMPRESA ACERCAN POSTURAS

En los últimos años, ha crecido el interés mutuo entre ambos agentes a través de distintas formas de colaboración | **P4**

## 16. Entrevista Peter Halacsy, dtor. de Tecnología de Prezi

“Hemos incluido la analítica de datos en las presentaciones para saber cuántas personas las ven”

## 22. Radiografía Australia, clave para acceder al eje asiático

Aunque no es un destino principal para empresas españolas, es clave para acceder al eje asiático

## 32. Formación Destrezas digitales para reciclarse en el trabajo

Adquirir competencias de este tipo se impone como una opción aclamada para reciclarse

## 38. Café de la contra Stewart Friedman, de la escuela The Wharton

“Las empresas se equivocan al pensar que ayudar a su equipo va a tener un coste económico”

**Edita:** Editorial Ecoprensa S.A. **Presidente de Ecoprensa:** Alfonso de Salas  
**Vicepresidente:** Gregorio Peña **Director Gerente:** Julio Gutiérrez  
**Directora de Relaciones Institucionales:** Pilar Rodríguez **Subdirector de RRII:** Juan Carlos Serrano

**Director de elEconomista:** Amador G. Ayora  
**Coordinadora de Revistas Digitales:** Virginia Gonzalvo  
**Directora de 'elEconomista Pymes, Autónomos y Emprendedores':** SÉrvula Bueno  
**Diseño:** Pedro Vicente y Beatriz Vicente **Fotografía:** Pepo García  
**Infografía:** Clemente Ortega **Redacción:** Constanza Nieto

## En portada La 'startup' y la gran empresa acercan posturas

Ambas muestran interés mutuo, pero el ecosistema aboga por una relación en la que las 'startups' sean clientes de las grandes

04



12



## Análisis La pyme no se adapta a la Ley de Protección de Datos

La entrada en vigor de esta normativa obliga a las pequeñas entidades a adaptar sus protocolos y tratamientos de la información

## Entrevista Tomás Castro, presidente de la confederación Conetic

“Las capacidades tecnológicas de la pyme superan a veces a las de las grandes, pero su tamaño les impide demostrarlas”



08



18

## En clave empresarial El ascenso horizontal se impone en las pequeñas compañías

El tamaño y estructura de la pyme abre nuevas posibilidades de crecimiento profesional distintas al tradicional ascenso vertical



# TOMÁS CASTRO

Presidente de la la Confederación Española de Empresas de Tecnologías de la Información, Comunicación y Electrónica (Conetic)

CONSTANZA NIETO

Existen algunos sectores de actividad en los que es complicado para las pequeñas y medianas empresas tener representatividad a la hora de actuar como un colectivo. Las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), precisamente, son un área que suele estar “encabezada por grandes compañías como Microsoft, Google, Telefónica o Indra, que marcan los tiempos de las políticas necesarias para las tecnologías, pero en base a los criterios que ellos consideran más idóneos”, explica Tomás Castro, presidente de la Confederación Española de Empresas de Tecnologías de la Información, Comunicación y Electrónica, Conetic. De hecho, esta coyuntura fue lo que motivó en 2015 la creación de este organismo, que actualmente tiene puesto el foco en apoyar a todo tipo de pymes en su transformación digital para impulsar, al mismo tiempo, a sus aproximadamente 1.400 compañías asociadas.

**¿Cuál es la relación de Conetic con el ecosistema pymes?**

Una empresa que se dedica a cualquier tipo de actividad no tiene profesionales con conocimientos suficientes para implantar las tecnologías necesarias que le ayuden a hacer su transformación digital. Ahí es donde nuestras compañías han cobrado un protagonismo creciente. Nuestros



NACHO MARTÍN

**“Las capacidades tecnológicas de la pyme superan a veces a las de las grandes, pero su tamaño les impide demostrarlas”**

asociados son el tejido más cercano, porque las pymes que están localizadas en distintos territorios demandan los servicios de otras pymes especializadas en TIC que están en esas mismas zonas. Esa cercanía es la que nos permite conocer la situación de este colectivo en lo relativo a su transformación digital y, además, nos permite trasladar hacia la Confederación cuáles son las vías para ayudar a que exista una demanda mucho más ajustada a las necesidades y todos los procesos digitales que se tienen que implantar. De esta forma, podemos analizar las necesidades y plantear mejoras a nuestras Administraciones en el sentido que, por ejemplo, no necesitamos que se promueva la financiación para equipos informáticos, sino una mejora en el *software* hacia tecnologías *cloud* o una mejora en cuanto a que los sistemas embarcados en transportes puedan ser más eficientes para el control de la logística. De esta forma, se enfocan los apoyos para el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas.

#### ¿En qué situación se encuentran actualmente las pymes dedicadas a ofrecer servicios o productos de las TIC?

Estamos por detrás de Europa en cuanto al desarrollo de avances de pymes tecnológicas. En parte se debe a que es un sector muy atomizado, donde la capacidad de colaboración entre compañías es clave. Deberíamos abrir la mente a una colaboración para potenciar y mejorar nuestras capacidades y para poder afrontar grandes proyectos industriales conjuntamente. En este sentido, hemos visto que las capacidades tecnológicas que tienen las pymes a veces están por encima de las multinacionales, tanto en soluciones como en servicios, pero el tamaño les impide poder llegar a demostrar esas capacidades porque algunos clientes buscan que la solvencia técnica o económica sea la de una multinacional.

#### ¿Qué otros motivos impiden ese desarrollo?

Es importante cambiar la mentalidad de las pymes que siguen usando, por ejemplo, un bloc de notas o un sistema operativo que ya no tiene mantenimiento. Entonces, tenemos que ser capaces de encontrar cuáles son los activadores que den paso a la transformación digital. Estos activadores pueden ser distintas fórmulas como la formación, jornadas de sensibilización, demostradores prácticos, congresos para juntar la oferta y la demanda, oficinas de transformación digital regionales o ayuda a la inversión. En definitiva, se trata de buscar pilares estratégicos para poner en marcha la nueva agenda digital.



NACHO MARTÍN

**“Estamos por detrás de Europa en el desarrollo de pymes tecnológicas”**

**“Debemos encontrar activadores para potenciar la conversión digital”**

**“Lo más caro en el proceso de digitalización es formar a la plantilla”**

#### ¿Con qué obstáculos se pueden encontrar las pymes en el proceso de transformación digital?

La principal traba es romper con la rutina a la que están acostumbradas y dar el paso definitivo hacia la adquisición de dispositivos que mejoren su calidad. También es cierto que, cuando se le dedica un tiempo de formación a la transformación se convierte en una ventaja. En este sentido, hay una brecha importante en función de las generaciones que manejan esa transformación y la principal diferencia de los colectivos más jóvenes frente a sus antecesores está en que no tienen miedo a manejar los nuevos dispositivos.

#### ¿Considera que las pymes creen realmente en este cambio o lo realizan por imitación a sus competidores?

Existen ambos casos. En primer lugar, las que prueban porque lo ven en los competidores y creen que lo tienen que hacer. Esto suele ser traumático, porque no se han analizado las capacidades técnicas o de conocimiento que tiene su personal. Por tanto, la empresa se encuentra con que quiere posicionarse al mismo nivel que la competencia, pero no está preparada. Ahí juega un papel importante el proveedor de servicios o de productos de tecnología, ya que por vender la aplicación no se debe caer en el error de instalar todo un sistema que no se adapte a la compañía. Ante esta situación, se tiene que sensibilizar a las empresas TIC a que trasladen un mensaje correcto en función de las necesidades reales que tiene ese cliente. En segundo lugar, se encuentran aquellas que tienen claro lo que quieren y se dejan aconsejar y, a partir de ello, toman las decisiones correctas.

#### ¿El proceso de transformación digital suele suponer una inversión económica importante?

A nivel de *hardware*, no tiene un coste elevado porque, hoy en día, los equipos tecnológicos tienen un amplio rango de precios. Quizás el mayor coste radica en la preparación y formación del personal. Diseñar los procesos necesarios para la transformación y formar al personal para que sepa explotar las herramientas de forma adecuada, tiene mayor coste que las herramientas físicas en sí mismas. En el caso de los servicios, existían algunos que hasta el momento no estaban accesibles para la pyme, pero ahora en temas de ciberseguridad, por ejemplo, ya existen servicios de pago mensual o por uso que ofrecen productos completos y no suponen un agravio en los ingresos, al contrario, se debería considerar como una inversión.



ISTOCK

### ¿Cómo influyen las características del tejido empresarial español, formado esencialmente por pymes, en el proceso de transformación digital del país?

El ritmo es distinto. Una de las particularidades con las que contamos radica en las personas en sí y en su capacidad de tomar decisiones. Es una cuestión de cultura; hay países más decididos a sumarse a estos procesos, pero nuestro país es más tradicional en este aspecto y, por tanto, el cambio es más lento. Por eso, tenemos que buscar los activadores para intentar acelerarlo. Todas las empresas acaban sumándose a la transformación digital pero, en España, el proceso de decisión es más largo y quizás ese sea el motivo que explica el retraso con respecto a otros países de la Unión Europea. No obstante, si en algunos casos es por capacidad financiera, es importante instaurar políticas que ayuden a las compañías. Por otra parte, si los empresarios que dirigen pymes tienen cualquier tipo de dudas, se les debe ayudar con demostradores de prueba y con las garantías necesarias para aportar confianza. También es cierto que, a veces, la inversión no tiene

**“Nuestro país es más tradicional en aspectos de aplicación de la tecnología”**

**“Nadie contrata a una pyme si no transmite un entorno de seguridad”**

que ser en tecnología, sino en contratar personas con conocimientos que puedan gestionar los instrumentos digitales que se incorporan. Aunque pueda parecer un gran gasto, al final ese puesto de trabajo va a generar el valor añadido de implementar la tecnología más rápidamente.

### ¿A qué otros retos se enfrentan las pymes en el entorno digital?

En el *Foro Tecnológico Intersectorial*, que organizamos en septiembre, concluimos que la ciberseguridad juega un papel crítico en el desarrollo de la transformación para que las empresas cojan confianza. De hecho, el gasto en ciberseguridad en España podría crecer en torno al 13 por ciento, por encima de la media europea. No obstante, se trata de un terreno en el que cuesta hacer las inversiones porque las pymes piensan que no serán atacadas por el hecho de ser organizaciones pequeñas o medianas.

### ¿Qué supondrá esto para las pymes en el sector de las TIC?

Para las pequeñas empresas tecnológicas, este es un entorno de oportunidad. Todas las compañías que dan soporte de sistemas o *software* tienen que implementar determinadas medidas que pueden encarecer el coste del producto final, pero que nos trasladan a un entorno más fiable y seguro. Por lo tanto, se abren otras nuevas oportunidades en las empresas. El resto de pymes tienen que tener claro que nadie las va a contratar o a comprar si no transmiten un entorno de seguridad. Con una página web caída, noticias de filtración de datos, caídas de sistemas, etc., se pierde la confianza y toda la inversión puede desaparecer si no se aplica la seguridad necesaria.

### ¿Qué otras cuestiones relacionadas con el proceso de digitalización se debatieron en el *Foro Tecnológico Intersectorial*?

En el Foro participaron representantes de *Red.es* y comentaron que tienen pensado invertir 200 millones de euros en transformación digital. Ahora bien, será importante saber cómo se va a invertir. Además, un aspecto relevante que señalaron es la creación de oficinas de transformación digital y esto es interesante porque puede ser uno de los pasos para ayudar a poner en contacto a las empresas proveedoras y demandantes con soluciones correctas y necesarias para mejorar la productividad de su negocio. Estas oficinas tendrían la finalidad de apuntalar el acercamiento de las tecnologías, desde los territorios, lo que supone la vía más rápida, fácil y de más confianza para las pymes que lo van a recibir.