

Usted está a una pequeña distancia para seguir dando grandes pasos

PYMES
de compras

PYMES

Tai
editorial

AÑO XIX - Nº 203 - Junio 2015 • P.V.P. 2,50 Euros

de compras



Un impago es algo muy feo

Evítalo con InfoDeuda, la nueva forma de conocer los impagos de cualquier particular.

INFORMA, empresa líder en el suministro de Información Comercial, Financiera y de Marketing, presenta **InfoDeuda**, una nueva herramienta que

permite evaluar la solvencia de las personas físicas con las que mantiene relaciones comerciales y así evitar más fácilmente los impagos.

einforma
www.einforma.com

Atención al cliente: 902 176 076

INFORMA
www.informa.es



a3ERP


Solución integral de gestión para PYMES

La visión 360° que hace tu empresa más competitiva

a3ERP te ofrece la visión global de todas las áreas de tu empresa de una forma ágil y sencilla, facilitando la toma de decisiones, **aumentando la productividad** y contribuyendo así a **hacer tu empresa más competitiva**.

a3ERP, la Solución integral de gestión que se adapta a las necesidades reales de tu empresa.

INFÓRMATE AHORA Y DESCUBRE CÓMO SER MÁS COMPETITIVO CON **a3ERP**.

 Wolters Kluwer | A3 Software

902 330 083
www.a3software.com



Usted está a una pequeña distancia para seguir dando grandes pasos

PYMES
de compras

PYMES

Tai
editorial

AÑO XIX - Nº 203 - Junio 2015 • P.V.P. 2,50 Euros

de compras

¿Cómo internacionalizar?

Con la financiación alternativa

E-commerce:

solucionando los problemas de las devoluciones

Colt lanza nuevos paquetes

que integran conectividad, servicios *cloud*, acceso IP...

Buenas previsiones

para el empleo TIC en los próximos años



INICIATIVA PYMES
LA LUCHA NOS HACE GRANDES

Patrocinio Ciclo
2015

Patrocinio Total

¡Cumplir tus objetivos 2015 es posible!

24 eventos por toda España para:

Captar Clientes y
Generar Negocio



Posicionamiento
Mercado

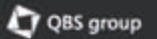
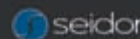
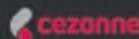
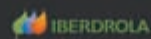
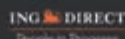
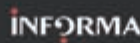
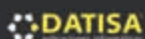
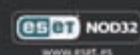
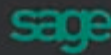
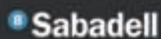
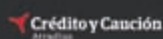
Comunicación
y Notoriedad



Fidelización
de Clientes



Sponsor ediciones anteriores



¿Quién teme a España?

España es una gran interrogante en este momento. Como en cualquier competición se sabe quiénes son los ganadores y los perdedores con tan solo ver sus caras. La alegría y la tristeza se dibujan en unos rostros que marcarán nuestro futuro, al igual que lo han hecho con nuestro pasado, un pasado que ha hecho que las urnas nos deriven hacia el cambio.

La incertidumbre sobre los posibles pactos se mantendrá mientras algunos caen de su pedestal y otros se mueren por subir al mismo. ¿Qué tendrá el poder que atrae tanto? Pero no basta con llegar a él. Hay que mantenerse cumpliendo aquello que un día se prometió, aunque ya se sabe... las elecciones son tiempos de promesas que el poder convierte en olvidos. Pero esta interrogante de hacia dónde nos llevarán los pactos es muy pesada. Más allá de nuestras fronteras nos miran con lupa unos inversores a los que no les gustan las sorpresas y menos algunos de los partidos que podrían gobernar, aunque la agencia de calificación Moody's ya ha anunciado que no prevén un cambio drástico en nuestra política tras las elecciones generales.

De momento la alerta está en el aire y por lo tanto el dinero, mientras los empresarios españoles esperan que las decisiones lleguen cuanto antes y la estabilidad... también...



Sumario

8 Trabajo

Buenas previsiones y puesta en marcha de iniciativas

12 Mindfulness

Entrena tu mente para conseguir una mayor productividad en tu empresa

14 Internacionalización

El día en el que la financiación alternativa se convirtió en una opción

18 Colt

Soluciones *end to end* para las pymes

22 Seguridad

Fundamental para hacer crecer tu negocio

32 E-commerce

La devolución en el punto de mira

PYMES
de compras

Directora Beatriz Montalvo
Redactora Jefe Inma Elizalde • inma@taieditorial.es
Redacción y colaboradores Rosa Martín • rmartin@taieditorial.es
Marilés de Pedro • mariles@taieditorial.es
Publicidad Virginia Alcalde • virginia@taieditorial.es
Producción Marta Arias • marta@taieditorial.es

Edita: **T.A.I. Editorial, S.A.**
(Técnicos Asesores Informáticos Editorial, S.A.)
www.taieditorial.es



Ctra. Fuencarral-Alcobendas, km 14,500
28108 Alcobendas (Madrid)
Tel.: +34 902 30 40 33 / 91 661 61 02
Fax: 91 661 29 28
e-mail: correo@taieditorial.es

Miembro de:



Otras publicaciones impresas:



Distribución:

Publigarma, S.A.

c/ Papiro, 5-7 Fuenlabrada (Madrid)
Tel.: 91 621 43 00 • Fax: 91 621 43 01

Deposito Legal: M-8650-95

ISSN 1696-6120

Queda prohibida la reproducción total o parcial de los originales de esta publicación sin autorización por escrito. No nos hacemos responsables de las opiniones emitidas por nuestros colaboradores y anunciantes.

Impreso en **papel ecológico**

De conformidad con lo dispuesto por la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de carácter personal, consiento que mis datos sean incorporados a un fichero responsabilidad del GRUPO TAI EDITORIAL y que sean tratados con la finalidad de mantener, desarrollar y controlar la relación contractual y negocial, así como para remitirle información sobre productos y servicios relacionados con su sector de actividad.

Asimismo declaro haber sido informado sobre la posibilidad de ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición dirigiéndome a GRUPO TAI EDITORIAL en Carretera Fuencarral a Alcobendas Km. 14,5, 28108 Madrid o bien remitiendo un mensaje a la dirección de correo electrónico correo@taieditorial.es.

Del mismo modo consiento que mis datos puedan ser comunicados a las empresas del GRUPO TAI EDITORIAL para su tratamiento con la finalidad anteriormente indicada, permitiendo así la gestión y operación unitaria del Grupo.

De la legalización de los libros

Tengo un cliente alemán, con el que además de despachar, me gusta filosofar de vez en cuando. Lleva viviendo aquí casi 30 años. Le encanta nuestro país, nuestro clima, nuestro fútbol —como es inteligente es del Real Madrid—, pero hay dos cosas que no comprende: el mus y nuestro gusto por la chapuza. Ese afán tan nuestro de usar la cinta aislante para todo y el que venga detrás que arree.

Al fin y al cabo, hemos pasado de ser el país de Pepe Gotera y Otilio, al de Rato, Griñán y Barcenas, sin olvidarnos por el camino del Manolo y el Benito, los reyes del gotelé.

Por tanto, pese a ser el mayor experto del mundo en el mus, nunca he sido capaz de hacerle jugar y por más que lo he intentado, tampoco he podido hacerle entender la chapuza de la legalización de los libros este año.

Comenzaré por el principio. Corría el día 28 del noveno mes de 2013, cuando el Boletín Oficial del Estado publica la ya legendaria Ley 14/2013 de Apoyo al Emprendedor. Esta norma guarda gran parecido con la cuenta 555 del Plan General de Contabilidad: lo mismo vale para que un magnate ruso obtenga la residencia comprándose un piso, que para crear nuevas formas jurídicas con las que intervenir en el tráfico mercantil.

Pues bien, en su artículo 18.1, dice literalmente “Todos los libros que obligatoriamente deban llevar los empresarios con arreglo a las disposiciones legales aplicables, incluidos los libros de actas de juntas y demás órganos colegiados, o los libros registros de socios y de acciones nominativas, se legalizarán telemáticamente en el Registro Mercantil después de su cumplimentación en soporte electrónico y antes de que trascurren cuatro meses siguientes a la fecha del cierre del ejercicio.”

Esto que, en principio, no debería haber generado demasiada controversia, queda pendiente de su posterior desarrollo reglamentario.

Pero claro, se conoce que andan sus señorías en otros quehaceres que no sean los propios del cargo por el que cobran. Puesto que más de año y medio no han tenido tiempo de sacar adelante el mencionado reglamento —este y otros tantos que tienen pendientes—. Con lo que, para tratar de arreglar el entuerto, la Dirección General de Registros y Notariado se pone a “medio legislar” y saca el pasado 12 de febrero una instrucción. El objeto:

tratar de indicar cómo actuar, antes de que llegue al 30 de abril, fecha en que se han de legalizar los libros.

Pero claro, hay veces que cuando se trata de arreglar un entuerto, se enreda más. Con lo que la Asociación de Emisores Españoles —una especie de *lobby*, que trata de agrupar a todas las empresas

que cotizan en bolsa—, presenta un recurso ante el Tribunal Superior de Justicia de Madrid. En el citado recurso se alega —con bastante buen criterio, en mi humilde opinión—, que la información detallada en las actas, no se aportaba encriptada y que por tanto, podría ser pública. Con lo que cualquiera puede tener conocimiento de información confidencial de la compañía tal o de los planes de negocio de la compañía pascual. Sí, “¡la leche!”

Pues bien, dicho recurso ha sido resuelto con un auto de fecha del 27

de abril, por el que de manera cautelar, se suspende la instrucción de 12 de febrero de la DGRN descrita anteriormente.

Con lo que nos encontramos a dos días de la legalización de los libros, viendo que lo que hemos enviado de una manera, igual hay que hacerla de otra. Viendo que ahora nos dicen que van a poner a disposición de todas las empresas una programa de encriptación en la página www.registradores.org. Y viendo por terminar, que aún estamos pendientes de que se trasponga la Directiva Europea 2013/34, que va a traer un nuevo plan general de contabilidad para las Pymes. Trasposición que tiene como fecha tope el próximo 31 de julio.

Como vemos, un “galimatías de narices”, digno de un sainete del mismísimo Lope. O quizá como diría el soriano —digo el sevillano— Antonio Machado de:

“La España de charanga y pandereta,
cerrado y sacristía,
devota de Frascuelo y de María,
de espíritu burlón y alma inquieta,
ha de tener su mármol y su día,
su infalible mañana y su poeta”.

A la espera de ese mañana, que la fuerza os acompañe.

*Pedro Toledo, Abogado
Miembro de iusTime. Abogado*



Ganador del sorteo 2015

Por cortesía de **HP**, se ha sorteado un **EliteBook Revolve 810** entre los profesionales que han renovado su suscripción gratuita a nuestras publicaciones.

En esta ocasión el premio ha recaído en **D. Antonio Carrasco** de la empresa sevillana **Invar**.

Nuestra enhorabuena al ganador





¿Compro
la nueva
máquina?

¿Amplío
la nave?

¿Diversifico
el negocio?

¿Me lanzo
a exportar?

BBVA

¿Y si te mejoramos las condiciones
de financiación de tu negocio?

Decide cómo quieres impulsar tu negocio, **la financiación es cosa de BBVA.**
Ahora es tu oportunidad.

Solicita condiciones personalizadas en cualquier Oficina BBVA o en bbva.es

adelante.

Financiación sujeta a previa autorización de BBVA. Para operaciones que se formalicen a partir del 1/05/2015 de Pymes con facturación anual inferior a 5 MM €.

Iniciativas para **aumentar el empleo** en las pymes



Luis Pérez,
director de Relaciones Institucionales de Randstad

En un mundo laboral en el que las tasas de paro siguen siendo elevadas, acuerdos como el de CEPYME y Randstad que faciliten el impulso del empleo, siempre son bienvenidos. Un acuerdo por el que ambas entidades desarrollarán proyectos conjuntos, además, relacionados con la formación y el reciclaje de los recursos humanos en las pymes. A lo largo de esta entrevista abordamos este tema con Luis Pérez, director de Relaciones Institucionales de Randstad, junto a otros problemas que afectan actualmente al mercado laboral.

Inma Elizalde

Randstad acaba de firmar un acuerdo con CEPYME con el fin de desarrollar proyectos conjuntos para impulsar el empleo entre las pequeñas y medianas empresas. ¿En qué se traduce esto?

Se trata de encontrar el espacio común entre ambas entidades. Randstad, como líder en la industria del empleo, puede ayudar con sus diversas áreas a mejorar la gestión del talento en las pequeñas y medianas empresas. Asimismo, este permitirá a ambas entidades analizar posibilidades en la búsqueda de un mercado laboral que sea cada vez más efectivo.

¿De dónde ha partido la idea de este acuerdo y cuáles son los retos a conseguir?

Este acuerdo de colaboración nace para aprovechar las sinergias entre ambas entidades. Como empresa líder en materia de contratación y expertos de referencia en el mercado laboral, Randstad es consciente de la impor-

tancia vital de las pymes para la generación de nuevas oportunidades laborales y la recuperación de elevadas tasas de empleo. Las pymes son el motor que impulsa el mercado laboral nacional y la creación de nuevos puestos de trabajo.

¿Cuáles son los puntos fuertes del acuerdo?

Es un punto de encuentro para proporcionar transparencia e información tanto a empresas como a personas en búsqueda de empleo. Las pymes generan cerca del 70 % del empleo en España, lo que refleja la importancia de desarrollar proyectos de impulso del empleo y de mejora de los recursos humanos en estas empresas, que son la clave para asentar la recuperación económica y la generación de puestos de trabajo.

En un momento en el que las cifras de desempleo se sitúan por encima del 23 %, todo tipo de iniciativa que fomente el empleo es necesaria.

¿Cómo y en qué medida pretenden impulsar el mismo gracias a esta iniciativa?

Nos encontramos en un momento de crecimiento económico, en el que la generación de empleo ha llegado ya a varios sectores productivos. El objetivo de Randstad es ayudar a las pequeñas y medianas empresas a cubrir las necesidades en materia de recursos humanos, aconsejar en materia de contratación y aportar todo nuestro esfuerzo para la generación de nuevas oportunidades empresariales. Gracias a nuestra implantación en todos los continentes, tenemos la capacidad de prever nuevas tendencias y necesidades que demandarán las empresas a corto y medio plazo.

¿Cómo van a hacer llegar esto a las pymes?

CEPYME es el canal más adecuado para acceder a las pymes. Este acuerdo es una puerta abierta entre las dos partes. Pondremos todo nuestro esfuerzo en

cumplir con las demandas de las empresas y ellas saben que tienen la posibilidad de cruzar el umbral para solicitar nuestra ayuda siempre que quieran. En Randstad las pymes siempre han sido bienvenidas y la firma de este acuerdo lo reafirma.

Según un análisis realizado por Randstad recientemente, sobre la jornada de trabajo de los empleados en España, en función de las diferentes regiones de nuestro país, se ha producido un aumento del empleo tanto a tiempo parcial como temporal. ¿Consideran que esta tendencia va a ir al alza? Y ¿en qué medida el mismo es de calidad?

Las empresas demandan flexibilidad a la hora de contratar nuevos profesionales. El encorsetamiento del mercado laboral en algunos aspectos resulta contraproducente a la hora de fomentar la contratación.

En este punto, debemos diferenciar entre trabajo parcial y el trabajo temporal.

El trabajo a tiempo parcial ha ascendido en España durante los últimos seis años de manera consecutiva, si bien todavía se sitúa por debajo de la media europea —16 % frente al 20 %—. Cabe destacar que todos los países de Europa con tasas de paro menores al 8 % disponen de una

elevada penetración de trabajadores a tiempo parcial en sus mercados laborales, por encima del 24 %. Este es el caso de Noruega o Suiza, que cuentan con los ratios de desempleo más bajos, en torno al 3,5 %. En Suiza el 35 % de los trabajadores desempeña su actividad a tiempo parcial, mientras que en Noruega esta tasa se sitúa en el 27 %.

Además, tanto en países de Europa como en otras potencias económicas mundiales, como Estados Unidos, apreciamos que la conciliación entre vida personal y entorno profesional es uno de los factores a los que los trabajadores otorgan mayor importancia. El trabajo a tiempo parcial permite compatibilizar estas esferas o las de formación y empleo, por ejemplo, entre los universitarios.

El trabajo temporal, por su parte, supone una oportunidad para aumentar la empleabilidad de los candidatos. Sirve, en ocasiones, como una primera toma de contacto con el mundo laboral, en el caso de los jóvenes, o como una segunda oportunidad para los desempleados de larga duración. Las empresas han ajustado sus plantillas para reducir costes en una etapa de recesión económica. Cuando aumenta el volumen de negocio tras este periodo, apuestan por incorporar profesionales con una duración determinada para poder cumplir

“Es un punto de encuentro para proporcionar transparencia e información”

con la demanda. España es un país donde el turismo o la hostelería tienen una gran incidencia en el mercado laboral. La estacionalidad de estos empleos fomenta este tipo de contratación, que en ningún caso debería ser de menor calidad.

En el mismo también se destaca cómo mejoran sectores como el de la construcción, industria y servicios. ¿Cuáles son las previsiones del sector tecnológico para este año y dentro del mismo cuáles los trabajos más demandados?

Las TIC conforman uno de los sectores en los que prevemos un mejor comportamiento del empleo en los próximos



años. La automatización de procedimientos tecnológicos, el almacenamiento y análisis de información, el Big Data y el posicionamiento en entorno *online* aumentan su importancia en el ámbito empresarial día tras día. Dentro de este sector podemos destacar la demanda de analistas programadores, desarrolladores de aplicaciones, administradores de sistemas informáticos y consultores SEO-SEM, entre otros.

¿Cómo se puede explicar el hecho de que para 2020 se prevean 2,5 millones de desempleados, con una escasez de 1,9 millones de profesionales en determinados sectores? ¿Cuál es el fallo y de quién proviene el mismo?

En primer lugar debemos destacar la falta de adecuación entre la demanda en el mercado laboral y la oferta formativa de los profesionales. Es decir, existe una diferencia entre lo que necesitan las empresas y la formación académica de los potenciales empleados. Se trata de un fallo que tiene que ver con la concepción de la educación y la falta de relación con el mundo empresarial.

Por ejemplo, según las previsiones de Randstad, en Europa la demanda de profesionales STEM (*Science, Technology, Engineering & Mathematics*) crecerá un 14 % hasta 2020. En España, sólo el 1 % de los universitarios responden a este perfil. La media de crecimiento en el resto de profesiones para este mismo periodo se sitúa en el 3 %.

¿Cuál sería la solución a este problema?

Se debe acercar el mundo de la empresa, del empleo, a las universidades y centros formativos. Creemos también que este es un reto de empresas y organizaciones patronales, que en su conocimiento del mercado laboral seguro que podrán aportar ideas y proyectos que influyan en este ámbito para reducir al máximo los desajustes que se producen entre oferta formativa y demanda real.



¿Seguirán las pymes españolas apostando por los perfiles junior frente a los sénior? ¿Por qué no potenciar un perfil mixto?

Desde Randstad se detecta un aumento de la demanda de profesionales con

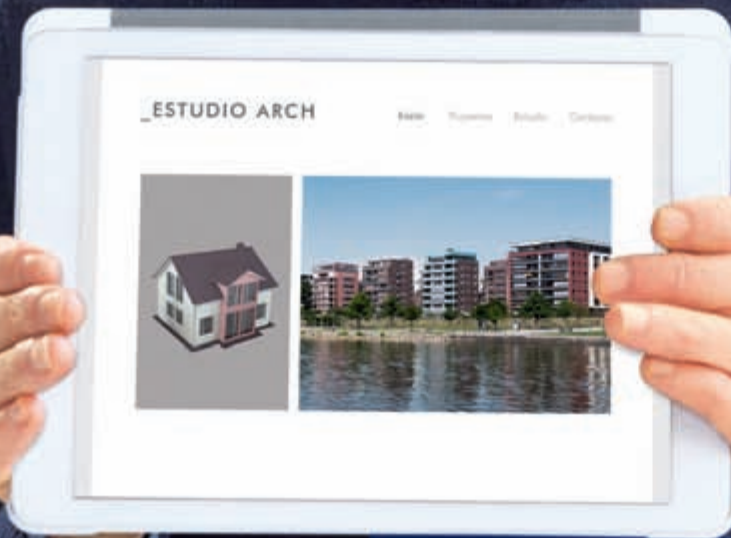
experiencia, que les permite una rápida adaptación al puesto de trabajo y conocen el sector en el que van a desarrollar su actividad.

En el caso de los profesionales junior, tienen aptitudes innatas que, en algunos casos, cuesta encontrar en perfiles más sénior. Por ejemplo, ocurre con los trabajadores más jóvenes, los nativos digitales, que tienen la capacidad de trabajar en modo 'multitarea', con varios dispositivos a la vez, y aportan conocimientos informáticos que son imprescindibles para determinados puestos de trabajo.

Las TIC conforman uno de los sectores en los que prevemos un mejor comportamiento del empleo en los próximos años



Con la garantía de ser atendido por los mejores profesionales.



**1&1 MI WEB
30 DÍAS
DE PRUEBA GRATIS***

ALCANZA EL ÉXITO CON TU PÁGINA WEB

Tú también puedes alcanzar el éxito con tus propias manos. En solo unos clics, tu página web profesional estará online y podrás conseguir nuevos clientes gracias a herramientas como 1&1 Optimización Web. Así, ¡te encontrarán en Google fácilmente!

Incluye asesoramiento experto 24/7.

- ✓ Rápido y sencillo
- ✓ Para todos los sectores
- ✓ Dominio incluido



☎ 91 136 00 00

1&1

1and1.es

El entrenamiento de la mente que aumenta la productividad empresarial

¿Qué ocurre si entrenamos nuestros cuádriceps? Que cuando los necesitemos van a estar a nuestra disposición para saltar, correr y todo lo relacionado con nuestras piernas. ¿Y qué pasa cuando entrenamos el músculo de la atención? Que generamos la capacidad de disponer de ella en cualquier momento. Este es el entrenamiento “*Mindfulness*” o práctica de la atención plena que cada vez más empresas están incorporando en sus estructuras corporativas.

CONTAR CON TODA nuestra atención facilita, entre otras cosas, mejorar la productividad dentro de las empresas, ya que ofrece ventajas como hacer mejor cualquier trabajo, cometer menos errores, ser menos sensibles a las distracciones, tomar mejores decisiones, dejar de ser esclavos de nuestras reacciones, gozar de más seguridad en nosotros mismos, reducir los vaivenes emocionales y un largo etcétera de aspectos concretos relacionados con la atención. Y esto no pasa desapercibido en el mundo corporativo. Hoy en día hay empresas líderes en España que ya han introducido el “*mindfulness*” en su organización como Google, Cisco, Oracle, Bimbo, Asisa, Iberdrola, Repsol, IBM o EMC2. En el plano académico también toma fuerza y ya se han creado planes de estudios en algunas de las principales instituciones del país como la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de Zaragoza, la Universidad Pontificia de Comillas o la Universidad Europea.

La clave del éxito

¿Pero por qué está teniendo éxito? El hecho de que haya resultados avalados científicamente que prueban cómo la práctica favorece en algunos aspectos como focalizar y mantener nuestra aten-

ción y minimizar el efecto de las distracciones, afrontar el exceso de estrés y mejorar la toma de decisiones, genera un gran interés para todo tipo de compañía, desde la más pequeña a la más grande, ya que estos beneficios ayudan a mejorar sustancialmente la productividad de sus trabajadores.

La cuestión entonces es si el *mindfulness* es realmente necesario para una empresa y en este sentido lo cierto es que cada día cobra una mayor importancia porque estamos en la era de las distracciones, sobreestimulados por todas partes, hiperconectados con todo y con todos y cada vez más aislados. Y cada vez más desconectados de nosotros mismos. Esto nos lleva a unos estados patológicos que tienen efectos devastadores como el estrés, la depresión, la tristeza o la ansiedad, que originan de largo el mayor número de bajas laborales en los países civilizados. Las estadísticas al respecto son tan alarmantes que desde los principales organismos de todo el mundo se nos exhorta a poner remedio a esta situación. Afortunadamente, las empresas están



invirtiendo cada vez más en programas diseñados para reducir los efectos de estas patologías y, lo que es mejor, otros diseñados para trabajar sobre el origen las mismas. De estos últimos, los “Programas de *mindfulness*” ocupan un lugar muy relevante.

En definitiva, *mindfulness*, bien desarrollado en una empresa, llega a ser una cultura, con la que solo cabe esperar que toda la empresa se beneficie. El desarrollo de la atención plena, desde la intencionalidad y la libertad, nos permite desempeñar mejor cualquier cargo, función o cometido. Esto redundará no solamente en un trabajo más eficiente y unos mejores resultados, sino también en una mejor salud y un mayor grado de felicidad.

Javier Ibáñez
Consultor de *Mindfulness*
Socio director de Capacitación y Crecimiento

Aquí va una idea: Diseñar las LaserJet más pequeñas, rápidas e inteligentes de la historia.

Nuevas HP LaserJet. Ahora hasta un 40% más pequeñas y un 40% más rápidas¹.

Empezamos con una página en blanco y nos preguntamos: «¿Qué es lo que necesitan las empresas hoy en día?». Y diseñamos las nuevas HP LaserJet, pensadas para funcionar con el tóner químicamente más avanzado. Gracias a los nuevos cartuchos de tóner Original HP con JetIntelligence, las nuevas LaserJet son hasta un 40% más pequeñas, hasta un 40% más rápidas y consumen hasta un 53% menos de energía¹. Vea cómo funcionan en hp.es/nuevaslaserjets

Las impresoras preferidas en el mundo.



Las impresoras preferidas en el mundo: según cuota de mercado mundial de impresoras y conocimiento de la marca de impresoras HP (estudio de preferencias y valoración llevado a cabo en 9 mercados en 2014).

¹ Resultados basados en pruebas internas de HP con los modelos anteriores completadas en enero de 2015 o información publicada y según los ajustes de los dispositivos. Los resultados reales pueden variar. «Más rápidas» hace referencia al tiempo de impresión de la primera página (FPOT). En cuanto a la eficiencia energética, la HP M252 consume un 15% menos, la HP M277 un 16% menos y la HP M553 un 53% menos que los modelos anteriores. Para obtener más información, visite hp.com/go/ijclaims.
© Copyright 2015 Hewlett-Packard Development Company, L.P.

Financiación alternativa tam

En época de crisis los bancos siempre aseguraban que a la hora de dar crédito las empresas que internacionalizaban y las tecnológicas eran las que más fácil lo tenían, sin embargo “esto para muchas era misión imposible”, afirma Diego Bestard, director general de Spotcap España. Tal vez por esta razón la financiación no bancaria está creciendo a un ritmo del 152 % en los últimos dos años. Spotcap es uno de los actores que la facilitan. Su éxito radica en ofrecer una financiación rápida y flexible a pymes y autónomos. Prueba de ello es que en menos de un año ya han concedido dos millones de euros en líneas de crédito en España.

Inma Elizalde

Cuando una pyme quiere internacionalizar necesita financiación. ¿Considera que la financiación aportada por las entidades bancarias ha sido suficiente en este sentido?

En un país tan bancarizado como el nuestro, en el que hasta ahora no ha habido prácticamente alternativas de financiación, la imposibilidad de financiarse por las vías tradicionales ha supuesto el estrangulamiento de pymes y autónomos. Han sido las primeras afec-



tadas con el cierre del grifo del préstamo bancario, acarreado por tanto serias consecuencias para la supervivencia de las mismas. Muchas de estas compañías en nuestro país han visto en la internacionalización la única manera de sobrevivir a la caída de la demanda interna, pero se han encontrado con que financiarla ha sido misión imposible. Si hubiéramos tenido vías de financiación alternativa durante la crisis no se hubiera sufrido tanto, y en algunos casos, se podía haber hasta cre-

cido. Las crisis son momentos de grandes oportunidades y el empuje que te da el tener que salir fuera a vender porque dentro no se puede, a la larga puede ser muy ventajoso para las empresas.

Las pymes acuden en un porcentaje muy bajo a la financiación no bancaria. ¿En qué medida cree que esto está cambiando, sobre todo en cuanto a internacionalización se refiere?

bién para la internacionalización



Los últimos años de crisis han demostrado lo que puede ocurrir cuando una economía entera depende de una única fuente de financiación —la bancaria— y esta fuente se seca. En los últimos meses estamos siendo testigos de cómo van cambiando los métodos de financiación tradicional y cómo nuevas formas de financiación se están haciendo un hueco en el mercado. Y lo que es más interesante, empiezan a ser la primera opción para muchas pymes. Según publicaba

hace unos meses la Universidad de Cambridge, el sector de la financiación alternativa registraba un aumento del 144 % durante el año 2014 en Europa y todo apunta a que esta tendencia seguirá al alza durante el año 2015.

En el caso concreto de España, la financiación alternativa ha experimentado un crecimiento del 152 % entre 2012 y 2014. Es decir, un total de más de 100 millones de euros recaudados durante estos dos años, una cifra muy relevante

Consejos

Toda pyme ha de tener en cuenta unos puntos esenciales para llevar a cabo su internacionalización.

1. Estudiar las posibilidades de la compañía: debe conocer sus propios límites y valorar con honestidad y claridad hasta dónde puede llegar.
2. Ir con calma: evitar impulsos pasajeros o intentar acortar los plazos puede ser un grave error.
3. Saber cuáles son las dificultades y barreras: es imprescindible conocer cada particularidad del país.
4. Analizar el mercado: por muy amplio que parezca un mercado —por ejemplo, China— debemos tener claras las trabas a productos extranjeros, los impuestos, los canales de venta y qué canal se adecúa más a nuestra oferta, etc.
5. Conocer de cerca todos los factores que pueden afectar al negocio.

si se tiene en cuenta con la tradicional dependencia que las empresas han tenido respecto de los bancos en lo que se refiere a crédito.

¿Qué recomendaría en este sentido a las pymes que quieren internacionalizar? ¿Dónde y cómo buscar fuentes de financiación?

Los métodos de financiación alternativa se presentan como una opción muy interesante a la hora de plantearse la expansión a nivel internacional. Existen múltiples posibilidades a la hora de buscar este tipo de financiación, gracias a las herramientas que nos ha otorgado la tecnología. Rapidez y flexibilidad que hacen que la financiación no sea el obstáculo y se convierta en el medio para conseguir ese fin.

¿En qué deben invertir para conseguir inversiones seguras?

Formación y equipo son las principales bazas con las que cuenta una pyme para asegurar su crecimiento y expansión. En el fondo, lo que más importa en cualquier empresa son las personas, por lo que invertir en ellas es casi con total seguridad la mejor manera de crecer.



Diego Bestard,
director general de Spotcap España

“La financiación alternativa ha experimentado un crecimiento del 152 % entre 2012 y 2014”

Desde su lanzamiento en España el pasado septiembre, la compañía ha registrado un crecimiento vertiginoso y ha obtenido una muy buena respuesta por parte de los pequeños empresarios de nuestro país, que ven a la plataforma como un aliado

para sus negocios, obteniendo liquidez de una manera rápida y sencilla. En ocho meses podemos decir ya que hemos otorgado más de los dos millones en líneas de crédito para pymes y autónomos. Este capital se ha utilizado tanto para la internacionalización como para el día a día del negocio.

¿En qué países aconsejan iniciar sus exportaciones y por qué?

Depende de la tipología del negocio en concreto. Cada país tiene su casuística en determinados sectores y por tanto es muy importante tener un amplio conocimiento del sector al que pertenece y el país en el que se está implantando, así como un plan de negocio muy bien definido.

¿Harían una diferenciación entre las pymes tecnológicas y las no tecnológicas tanto a la hora de prestar dinero como de dar consejos?

La tecnología y en especial Internet, ha reducido las fronteras y hoy en día muchas empresas, como es nuestro caso, nacen con vocación internacional desde el primer día. Hoy en día el no estar basado en tecnología ya no es excusa para ser una pyme “no tecnológica”. La tecnología está al alcance de todos, y puede hacer que nuestros negocios sean mucho más flexibles y rápidos. Hasta en los sectores más tradicionales como puede ser la artesanía local o la agricultura ecológica se está llevando a cabo iniciativas basadas al 100% en las nuevas tecnologías.

¿Cuál cree que tiene que ser el perfil de una pyme que realiza un proceso de internacionalización?

Una pyme que se decida a internacionalizar sus servicios debe tener muy en cuenta sus límites y hasta dónde puede llegar. Debe tener un producto bien definido y un modelo de negocio bien definido antes de decidir exportarlo. Tiene que conocer la capacidad de producción necesaria y si tiene una estructura óptima para ello. Además de un buen conocimiento del mercado en el que se va a implantar y entender bien tanto las ventajas como las desventajas del mismo.

¿Cuáles son los mayores retos de una pyme a la hora de realizar su gestión financiera en un proceso de internacionalización?

Conseguir la financiación necesaria para llevar a cabo la internacionalización deseada suele ser el principal reto al que se enfrentan hoy en día todas las pymes. Con la aparición de métodos de financiación alternativa este paso está dejando de ser un obstáculo.

¿Cómo les puede ayudar Spotcap?

Spotcap puede aportarles la financiación necesaria para poner en marcha sus planes de internacionalización y ampliar su expansión fuera de nuestras fronteras. Utilizamos la tecnología para entender mejor a nuestro cliente y poder ofrecer liquidez de forma rápida y flexible; tardamos horas en dar financiación, no semanas o meses.

Su compañía, desde su fundación, hace aproximadamente ocho meses, concedió un millón de euros en líneas de crédito en los primeros cinco meses. ¿Cuál ha sido su crecimiento en estos tres últimos meses y de este dinero concedido, cuánto ha sido el destinado a internacionalización?



La tranquilidad es una mercancía escasa y valiosa. Puedes atravesar el mundo y no encontrarla. O puedes tenerla al alcance de la mano, tan cercana como el papel del periódico o la revista que lees. Y es una mercancía que deja beneficios inmediatos: no solo operar sin riesgos, también dormir sin desvelos. Tranquilidad, pura y simple. Y en el envase más empleado desde hace décadas: el seguro de riesgo de Crédito y Caución.

902 12 00 82 creditoycaucion.es

 **Crédito y Caución**
Atradius



Cobertura de impagos · Respaldo para el crecimiento rentable · Asesoramiento en Internacionalización · Garantías para contratos públicos

**No cumples 60 años
sin saber escuchar lo que
quiere el cliente.**

**Como a los riesgos no se
les oye venir, confiamos
en Crédito y Caución.**

José Luis García Menéndez.
Director general de Toscaf.



Toscaf y Crédito y Caución. Desde 1954
con la experiencia de 1929



Colt: "En el sur de Europa activación de **servicios cloud**"

La pyme es fundamental para Colt pero ¿por qué una pequeña o mediana empresa debería contar con ellos? "Porque controlamos *end to end* el ciclo de negocio, tanto la parte de conectividad como del *datacenter* o la de infraestructuras de nuestros datos para proporcionar servicios *cloud*. Además, podemos dotarles de todas las garantías disponibles a nivel de redundancia porque garantizar la calidad es algo fundamental que está dentro de nuestro ADN", afirma en esta entrevista Ramón Santolcides, director de ventas del Sur de Europa de Colt.

Inma Elizalde

Para Colt el mercado de la pyme es clave. ¿Cuál es su penetración en el mundo pyme en España y a qué ritmo están creciendo?

Es fundamental, por ello hace años decidimos dirigirnos a este segmento de mercado a través de canal indirecto. El canal tradicional es el canal de nuestros agentes homologados pero en el año 2013 añadimos la figura del franquiciado. En los últimos años se ha producido un gran crecimiento en datos y convergencia con soluciones *cloud*, aunque el mismo se ha visto aminorado por el descenso de voz, muy regulada en cada mercado.

Si comparamos España con el resto de Europa ¿cómo es ese crecimiento?

Estamos creciendo al mismo ritmo que el resto. En el sur de Europa países como Francia, Italia, Portugal y España el mercado y la situación son muy parecidas y la evolución es casi idéntica.

¿La crisis les ha pasado mucha factura?

Somos un operador de calidad que damos niveles de servicio de garantía muy exigentes, con un gran compromiso de tiempos de entrega, de niveles de calidad garantizados. Es cierto que el perfil de pequeñas empresas, por debajo de los 50 trabajadores, en muchos casos van buscando soluciones más agresivas en precio y quizás son menos exigentes en calidad pero las que cuentan con más de 50 trabajadores no pueden comprometer su negocio basándose exclusivamente en precio y no se pueden permitir el lujo de que, por pagar unos euros menos, sus comunicaciones queden interrumpidas.

En cuanto a las franquicias, en España cuentan con cuatro. ¿Van a abrir alguna más este año?

No está en nuestra estrategia. En este sentido siempre hemos elegido muy pocas pero con fuerte capacidad de involucración en el negocio. Lo hacemos básicamente por regiones o por áreas de



Ramón Santolcides,
director de ventas del Sur de Europa de Colt

influencia. Contamos con una en la parte norte, otra en la zona de Levante, una tercera en Cataluña y la cuarta, más nacional pero con más foco en Madrid y Cataluña. Con esto cubrimos las áreas geográficas que nos interesan.

Con la compra de ThinkGrid Colt abrió el portfolio de cloud para el mercado pyme europeo. ¿Qué ha representado esto tanto para la pyme como para Colt?

En nuestro portfolio quisimos tener un portal que nos permitiera colaborar con el mercado indirecto, es decir, que gracias a los portales que tenemos, nuestras franquicias pudieran provisionar servicios directamente en nuestros portales. Era más importante el modelo que tenían, dónde integraban figuras relevantes como *resellers*, integradores o franquicias que el portfolio de servicios.

somos punta de lanza en y **modelo de franquicias**"

Tenemos una estrategia europea y dentro de ella los mismos servicios en todos los países europeos, con un portafolio muy potente y adecuado. Contamos con VMware, con servidores con arquitectura de Cisco y con servicios de *storage*. Podemos dar una solución completa a todo el mercado pyme.

Seleccionamos a las franquicias que tengan un gran conocimiento del sector IT. Nuestro modelo de franquicias se basa en llegar a acuerdos con empresas existentes dentro del entorno de IT, con prestigio dentro de una región, dentro de un área de influencia en el sector IT. Ellos son grandes conocedores del entorno IT y nosotros les damos la capa de telecomunicaciones, conectividad, *datacenters* y servicios *cloud*. Es una simbiosis perfecta. Ellos tienen su base de clientes. Tienen una gran capacidad de IT pero les faltaba converger con las telecomunicaciones.

La propuesta de Colt se basa en que siguen teniendo la relación que tenían con los clientes pero aparte de ofrecerles los servicios tradicionales de IT que se estaban ofreciendo, lo combinan y les pueden ofrecer la parte de conectividad, *data center* o *cloud*. Esa es la simbiosis que se produce entre el mundo IT y el mundo *telco* que nosotros complementamos.

Con lo cual podemos decir que con ThinkGrid cubren todo tipo de necesidades para las medianas empresas.

Sí. Llegamos a capas del entorno de comunicaciones unificadas de escritorios virtuales, de cuentas de correo, aunque estamos teniendo mucho más éxito en la infraestructura *as a service*, servidores virtuales y capas de infraestructura.

Comenta que apuestan más por la calidad que por el precio. ¿Cuánto puede costar un portafolio básico de soluciones para una mediana empresa?

Ahora lanzamos al mercado unos paquetes que integran tanto conectividad como servicios *cloud*, incluido el acceso IP, más *storage*, además de toda la parte de *cloud* con gigas de RAM, con gigas de capacidad de proceso, por unos 400 euros mensuales.

Si lo comparamos con la competencia, en cuanto a precio, ¿cómo se situarían?

En el mercado hay posicionamientos mucho más caros pero que tampoco convergen en cuanto a darles la capa de IP, más las diferentes capas que necesitan. Consideramos que somos bastante únicos no solo en dar la capa de *cloud* sino en la capa de conectividad. Lógicamente hay servicios mucho más baratos pero más pensados para requerimientos no tan de necesidades empresariales, como la nube de Amazon, donde

el precio de entrada es relativamente muy pequeño pero hay que cumplir la Ley de Protección de Datos. Es un paquete muy competitivo.

¿Con qué tipo de servicios flexibles y adaptables cuentan?

En primer lugar nuestra conectividad. Gracias a que somos propietarios de nuestra fibra óptica, somos capaces de dar anchos de banda flexibles desde soluciones de bajo ancho de banda hasta gigas de acceso, es decir, en ese sentido, la conectividad es total. Gracias a nuestros *datacenters* también tenemos la disponibilidad de dar servicios híbridos de *hosting* y de *colocation*, es decir, los clientes también pueden tener una parte privada dentro de nuestros *datacenter*. Tenemos flexibilidad en cuanto a capacidad de procesos, RAM...

La seguridad de los datos es una de las cosas que más preocupan a los empresarios. ¿Qué novedades van a presentar en cuanto a soluciones de seguridad para pymes?

“Podemos dar una solución completa a todo el mercado pyme”



Una de las mayores garantías que ofrecemos a nuestros clientes es que sus datos van a estar ubicados en el país. En España tenemos dos plataformas: *datacenters* en Madrid y Barcelona y esto nos obliga a cumplir la Ley de Protección de Datos. España es uno de los países más exigentes en cuanto al cumplimiento de esta normativa. Además, contamos con varias auditorías que avalan esta tesis. Estamos más en la capa de integración de infraestructura. En la capa de aplicaciones una de las colaboraciones que hacemos con nuestras franquicias es permitir que ellos pongan sus paquetes de software y que puedan integrar parte de sus soluciones tradicionales de IT. Contamos con soluciones de *firewall* integradas dentro de nuestros servicios pero a nivel de la capa de aplicaciones es más la responsabilidad de la franquicia con respecto a sus paquetes de software integrados los que están proporcionando esa capa.

Comenta que su estrategia de negocio es la misma para toda Europa. Este año ¿por dónde pasa la misma?

Tenemos tres líneas de negocio fundamentales: los servicios de voz, los de datos o red y la que integraría a los *datacenter* y los servicios IT, básicamente en servicios *cloud*.

Nos hemos organizado para poder tener una organización con especialistas en cada una de ellas, de tal manera que nuestras franquicias internamente puedan contar con especialistas cuando detecten proyectos de voz, redes privadas virtuales, conectividad Ethernet, servicios internacionales de ancho de banda y cuando tengan también necesidades de alojamiento de *datacenter* y de soluciones *cloud*. La ventaja para nuestras franquicias y agentes es que disponen de estos especialistas en cada una de estas tres líneas.

La idea es sacar paquetes de cada una de estas tres familias muy adaptados a las necesidades del segmento pyme. Tenemos *bundles* de conectividad, más *big cloud*, más *storage*. *Bundles* específicos de *datacenter* con ancho de banda para conectar a su cuartel general y servicios de voz muy importantes en la capa de red inteligente con servicios de atención al cliente.

Nuestras franquicias y agentes también están poniendo capas de valor añadido sobre estas infraestructuras que ya

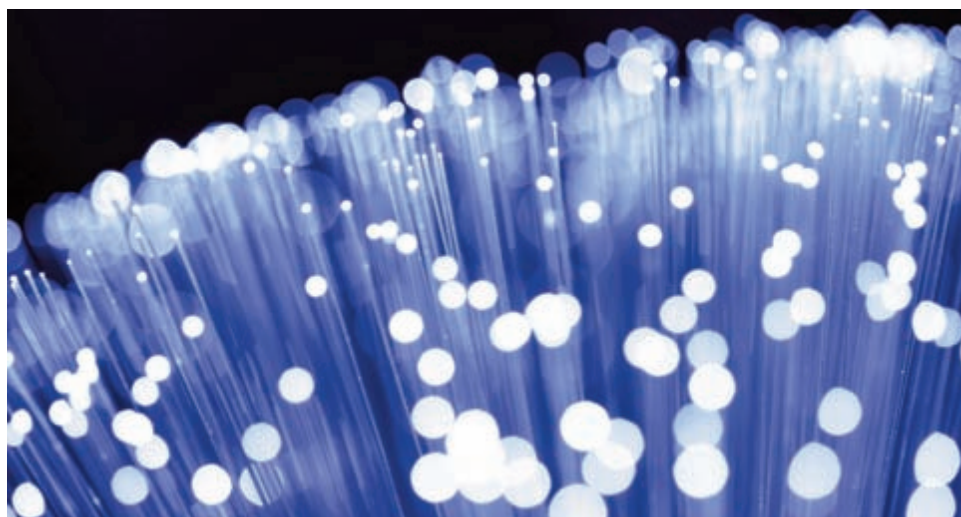
tenemos. Podemos hablar de centralitas IP, paquetes de software y soluciones finales a clientes, ERPs y administración de ERPs. Con esta estrategia pretendemos que estas capas las integren nuestros *partners*.

¿Cuál es su valor diferencial frente a la competencia? Hemos hablado de flexibilidad, calidad, adaptabilidad...

Que estamos orientados exclusivamente a empresas. Conocemos perfectamente las necesidades y problemáticas del mundo empresarial. Por otro lado somos propietarios de nuestros propios *datacenters*, de nuestra propia infraestructura

En España e Italia muchas empresas han paralizado sus inversiones en IT durante los últimos años. Estos dos países son punta de lanza en Europa en el hecho de haber adoptado de una manera mucho más natural pasar de arquitecturas basadas en versiones en hardware a esta tendencia de redes o soluciones de *cloud* en las que se pasa de un modelo de inversión a un modelo flexible de coste por uso o de flexibilidad en cuanto a las necesidades de cada momento en las empresas.

Las empresas cada vez más apuestan por el pago por uso, en este sentido ¿qué ofrece Colt?



“Somos propietarios de nuestros propios datacenters, de nuestra propia infraestructura de conectividad y de nuestras propias plataformas de servicios cloud”

de conectividad y de nuestras propias plataformas de servicios *cloud*. Esto es único a nivel europeo. Puede haber *players* locales pero no que converjan y que contengan al mismo tiempo estos tres factores: redes de fibra óptica tanto locales como internacionales propietarias, una red de *datacenters* también propietarias y las plataformas también en estos *datacenters*.

¿Cuáles cree que son en este momento las mayores necesidades que tienen las pymes españolas?

Todos nuestros servicios *cloud* están basados en ese pago por uso. Se puede empezar con una capacidad de almacenamiento, con una capacidad de proceso, con un ancho de banda determinado y aumentar esa capacidad inicial es inmediata. Nos adaptamos y podemos evolucionar con el cliente por picos de información puntual y ser flexibles tanto en ancho de banda como en capacidad de proceso, como en capacidad de virtualización de servidores o de almacenamiento.



¿Quién ha olvidado abrir la puerta de atrás?



Con las soluciones de video IP de Axis Communications, será el primero en saber exactamente cuando llega un camión o un repartidor a la zona de entregas. Nuestras soluciones de video IP notifican al personal de seguridad mediante una alarma predefinida si algún individuo o vehículo accede a las instalaciones sin ser autorizado. Puede elegir también la monitorización en vivo desde un centro de control. Todo ello le permitirá ahorrar costes y prevenir robos sin necesidad de contar con la presencia física del personal de forma ininterrumpida.

Para más información:
Visite www.axis.com/retail

AXIS[®]
COMMUNICATIONS

“El presupuesto es el punto negro de la seguridad de las pymes”

La seguridad es uno de los elementos con los que cualquier empresa debería contar, una seguridad integral que abarcara a la compañía en su conjunto. Sin embargo esto que, en teoría debería ser sencillo de aplicar, se convierte en un problema cuando el presupuesto no llega y cuando no están lo suficientemente asesoradas en la materia. Para conocer un poco más a fondo la raíz del problema, nos hemos puesto en contacto con tres compañías que tienen mucho que decir al respecto: Axis, Canon y Kaspersky Lab.

Inma Elizalde

LAS PYMES SE enfrentan a los mismos riesgos que el resto de empresas ya que tal y como afirma Alfonso Ramírez, director general de Kaspersky Lab Iberia, “cualquier negocio que maneje información personal o financiera de clientes es una víctima potencial de los ciberdelincuentes. El robo de esta información es uno de los principales objetivos que persiguen los cibercriminales cuando atacan una empresa. Y muchas veces, las pequeñas son el punto de entrada para atacar a las grandes corporaciones”.

Por citar algunos datos, una encuesta elaborada por Kaspersky Lab y B2B International, revelaba que solo el 19 % de las compañías con menos de 25 empleados sitúa la estrategia TI, que incluye la seguridad informática, en su *top* de preocupaciones. Sin embargo, el 35 % de las micropymes estiman como muy importantes la protección de los datos o la continuidad de los sistemas críticos de negocios.

Alberto Alonso, *business development manager* de retail para el Sur de Europa en Axis Communications, añade los riesgos relacionados con las personas, bienes o inmuebles

El punto negro

Sin embargo, aunque la seguridad es fundamental para ellas, la crisis ha hecho que el presupuesto que destinan a la misma se haya reducido significativamente y por lo tanto no cubran al 100 % las instalaciones o necesidades de sus procesos, apunta Eduardo Ortiz, *product business development & manager projectors & VC* en Canon. Esto hace que no cubran todas sus necesidades ni cuenten con la última tecnología de videovigilancia. Al final esto conlleva, tal y como recuerda Alberto Alonso, a que se cumplan los mínimos obligatorios que dictamina la ley y que están condicionados en función del tipo y del tamaño del negocio. Algunos, además, se protegen de forma determinada si intuyen un riesgo muy concreto como los robos de materiales. “Por desgracia, no es algo que tengan en cuenta desde el inicio de la actividad sino que las necesidades surgen a raíz de circunstancias o situaciones concretas”, apunta, pudiendo llegar a perder, según Kaspersky Lab, hasta 820.000 euros, lo que podría suponer la ruina total para la empresa.



Alberto Alonso,
business development manager de retail para el Sur de Europa en Axis Communications

Ortiz incluso admite que muchas se han limitado a mantener sus contratos de mantenimiento, renunciando a los avances y el ahorro que incorpora la tecnología, sin afrontar las actualizaciones de equipos acordes con su negocio. Y es que tal y como asegura Ramírez, sobre todo las empresas más pequeñas tienden a estar menos interesadas en la protección de los dispositivos móviles, pensando que las herramientas básicas de seguridad de las soluciones gratuitas deberían ser suficientes ya que no ven ningún valor añadido en gastar dinero extra en soluciones dedicadas y más del 80 % de los encuestados no está interesado en la información sobre la gestión de la seguridad de la información de los dispositivos móviles. Y es que tal y como comenta el director general de Kaspersky Lab Iberia, el presupuesto es el punto negro de la seguridad de las pymes, o más bien la falta del mismo.

¿De qué presupuesto disponen? Todo depende del objetivo del sistema que pongan y si son capaces de sacarle el máximo partido. Un sistema de videovigilancia puro de seguridad suele ser considerado un gasto extraordinario y se invierte lo menos posible, ya que no genera negocio directamente. Sin embargo, si además de para seguridad podemos usarlo para conseguir información —como conteo de personas, mapas de calor u otras capacidades que ofrecen las analíticas de vídeo actuales— y que permitan relacionarlo con la “inteligencia de negocio”, entonces están dispuestos a invertir un poco más. En la mayoría de los casos la inversión es menor a un 5 % de la inversión inicial de un negocio, aseguran desde Axis.

A la hora de invertir...

En términos de videovigilancia hay muchas pymes que cuentan con personal de seguridad cuyo coste podría verse eliminado o reducido, a la vez que se gana en eficiencia y se optimizan los procesos, aseguran desde Canon. “Este tipo de servicios permite a las compañías ser más eficaces, ahorrar costes y adaptar el producto a las necesidades concretas de su negocio, pudiendo ir incrementando los sistemas de forma paralela al crecimiento del negocio, todo bajo la misma plataforma”, asegura Eduardo Ortiz.

Se queja de que en la pequeña y mediana empresa no se le da toda la importancia que requiere a la videovigilancia. “Probablemente se trate de una cuestión de falta de asesoría. Si conocieran todo lo que un sistema de este tipo puede hacer por ellos y de qué forma puede beneficiarles, muchas compañías no lo dudarían”, dice. Esto les hace muy vulnerables ya que las amenazas pueden provenir de algo tan básico como un vehículo no autorizado que accede al aparcamiento de nuestras instalaciones. “En ese sentido, la solución pasa por un sistema de identificación de matrículas que, cruzado con la base de datos donde tenemos registrados todos los vehículos autorizados, localiza cualquier vehículo no identificado y lanza un aviso al personal de control”, apunta.



Eduardo Ortiz, *product business development & manager projectors & VC* en Canon

Vulnerabilidades

El nivel de vulnerabilidad suele ser alto, resaltan desde Axis, sobre todo en ataques directos —atracos, robos—, también en temas de protección de los datos internos de empresa y en la protección de los empleados, entre otros. “Lo importante es intentar reducir el tiempo de reacción, es decir, el tiempo entre el que ocurre un incidente, salta la alarma y viene la policía. Gracias a las soluciones de vídeo en red de Axis es posible

detectar incidentes potenciales mucho más rápidamente. De esta forma podrá intervenir antes si es necesario y también detectar falsas alarmas. El resultado es un mayor nivel de seguridad global y un entorno de trabajo más seguro para sus empleados.

Por otro lado, áreas que, de entrada, muchas empresas pasan por alto como tener vigilada la zona de taquillas, monitorizar un departamento en el que están desapareciendo productos o identificar cómo se ha producido un pequeño golpe entre vehículos en el aparcamiento, permite a las compañías desentenderse de asuntos que distan mucho del día a día de sus negocios, lo que redunda en un ahorro y optimización de los recursos, comentan desde Canon.

Sin olvidar el deseo de incorporar nuevas tecnologías. Y es que el estudio de B2B International y Kaspersky Lab

muestra que el 34 % de las pymes ha logrado la integración de los dispositivos móviles en su negocio. Al mismo tiempo, el 32 % de los empresarios de pequeños negocios no ve riesgos en que sus empleados usen sus propios dispositivos en el trabajo y no toma medidas para protegerlos. Estas contradicciones, junto con la percepción de muchas pymes de que no son objetivos de los ciberdelincuentes son las principales vulnerabilidades de la pyme.

Consejos para implantar una óptima seguridad

- Acudir a un integrador especializado, explicar en qué se basa su negocio, qué preocupaciones o necesidades tiene —en ocasiones, se desconocen las necesidades— y exponer en qué consiste actualmente el sistema de seguridad que tienen implementado en la empresa. En ese sentido, es importante mencionar cuáles son los gastos que representa la actual seguridad física, así como la problemática interna. De esta forma, se puede obtener un mapa global de la situación y ofrecer una solución *ad hoc*, adaptada a los requerimientos concretos del cliente.
- Invertir en las medidas de seguridad que les protejan frente a las amenazas más comunes y, por tanto, les reporten un beneficio más inmediato.
- La cibercriminalidad es, cada vez en mayor medida, una amenaza que solo podrá ser mitigada mediante la formación y capacitación adecuada, consiguiendo así un conocimiento transversal de la problemática en todos los niveles de negocio.
- Para que las empresas estén preparadas frente a los cada vez más habituales ataques digitales, deben prestar atención a nueve conceptos: el BYOD, redes sociales, cifrado, *cloud computing*, redes P2P, uso de discos externos, las redes inalámbricas, la gestión de software y conformidad de los usuarios sobre las medidas de seguridad.

Datos a tener en cuenta

- Las pymes no cuentan con especialistas en seguridad.
- Las pequeñas y medianas empresas reclaman una solución sencilla y de fácil uso para la que no sean necesarios especialistas en esta materia.
- No suelen creer estar bajo la amenaza de los ciberdelincuentes.
- El 98 % de las empresas han experimentado algún incidente de seguridad en los últimos 12 meses, según un informe de Kaspersky Lab elaborado conjuntamente con B2B Internacional.
- La falta de presupuesto para destinar a la seguridad es uno de sus mayores hándicaps.
- El BYOD es uno de los mayores problemas.
- La pérdida de datos corporativos importantes a través de dispositivos personales es algo frecuente.
- Es importante saber qué tipo de información se traslada a la nube y cuál se queda *in-house*.
- En seguridad hardware los sistemas son totalmente personalizables, adaptándose a las necesidades concretas de cada negocio.
- En la seguridad relacionada con el hardware es fundamental contar con una plataforma de software que permita integrar todos los sistemas para poder gestionarla de forma unificada y maximizar su rendimiento.

Aspectos a tener en cuenta

Desde Kaspersky Lab advierten que para hacer menos vulnerables a las pymes, éstas deben contar con una política de seguridad que regule y controle el uso de dispositivos personales para el trabajo, las copias de seguridad o el acceso a la red corporativa desde dispositivos móviles... “En general, deben ser conscientes de que son una víctima potencial y dar prioridad a la seguridad”.

Las empresas deberían hacer un análisis o auditoria de riesgos: definir un objetivo para el sistema de seguridad y qué es lo que debe proteger —personas, bienes, clientes, etc.—. En muchos casos no están relacionadas las funcionalidades de los sistemas con lo que realmente se quiere proteger, asegura Alberto Alonso, por lo que en Axis Communications ofrecen una asesoría basada en su experiencia de casi 20 años en el mundo de las soluciones de seguridad basadas en video IP.

Seguridad física

La seguridad física suele ser considerada como un coste por parte de muchas pymes, dice Alberto Alonso, ya que en ocasiones resulta complicado cuantificar el retorno de esa inversión. “En todo caso las soluciones de vídeo IP no solo ayudan a los gestores de las pymes a mejorar la seguridad y reducir las pérdidas, sino que pueden resultarles de gran utilidad para introducir mejoras en muchos otros aspectos de su negocio”.

Dentro de la seguridad física lo normal es que cuenten con una caja fuerte, cerramientos físicos y una alarma conectada a una central receptora. Además, según el tipo de establecimiento y negocio, se adapta cada una a lo que marca la ley —por ejemplo, las joyerías deben tener un sistema de seguridad concreto—.



Alfonso Ramírez,
director general de Kaspersky
Lab Iberia

Además, muchas de ellas, cada vez más, están poniendo cámaras por el efecto disuasorio que generan, resultan un elemento que hace cambiar de actitud ante los que pretendan cometer un atraco, robo u otro acto ilegal. Sea cual sea su punto de partida, con Axis podrá beneficiarse de lo último en vídeo en red y todo sin renunciar a la mayoría de sus inversiones anteriores. Gracias a los estándares abiertos, los sistemas de vídeo en red de Axis son fiables y están preparados para el futuro. Tendrá acceso a todas las ventajas del vídeo en red del líder del mercado desde el primer día, y podrá beneficiarse de las nuevas prestaciones que vayan apareciendo en el futuro.

¿Con qué elementos mínimos se debe contar? Los mismos deben ser proporcionales a lo que se quiere proteger, responde, “algo que es variable, dependiendo del negocio y las normativas que lo regulen. Aunque los principales sistemas de seguridad con los que cuenta

una empresa son alarmas de incendios, controles de seguridad y sistemas de seguridad activa/pasiva.

Sin embargo, también podemos decir que las soluciones de videovigilancia están abriendo nuevas oportunidades de negocio, al incluir funcionalidades como los infrarrojos, que permiten aplicaciones de videovigilancia, incluso en condiciones con luminosidad cero, o un calefactor opcional para aquellos casos en los que se utilicen en lugares con bajas temperaturas, como por ejemplo una cámara frigorífica industrial. Asimismo, esta nueva generación de sistemas se integra con soluciones de software y analítica, permitiendo aplicaciones como el mapa de calor, el reconocimiento facial, la detección de paso de línea y de movimiento, nos recuerdan desde Canon.

Asesoramiento

¿A quién recurren a la hora de asesorarse en cuanto a seguridad se refiere? “Se fían de la asesoría de sus proveedores de sistemas o servicios de seguridad, y son éstas empresas y nosotros, los fabricantes, los que tenemos que ayudarles”, responde el *business development manager* de *retail* para el Sur de Europa en Axis Communications. “Por otro lado, hablamos de tecnologías de última generación y en ocasiones los gestores de las pymes la desconocen”, prosigue. “Por ejemplo, pueden no saber que las cámaras IP pueden identificar estanterías vacías y avisar al personal cuando hay que reponer un producto. Y también detectar colas largas y comunicar la situación para que puedan abrir más cajas registradoras. En otras palabras, con el vídeo IP se puede ubicar al personal allí donde realmente hace falta y adaptar los turnos a las necesidades de los clientes”.

<TU WEB SOLUCIONES>

Compañía de posicionamiento y análisis S.L.

"Para asesorar hay que saber escuchar"

Diseñamos, desarrollamos y mantenemos

el modelo on-line

que tu empresa necesita

Soluciones para pymes



**Análisis
on-line**



Páginas Web



E-commerce



**Web
privada**



Apps móviles



**Social
Media**



SEO



**E-mail
marketing**



**Generación
de contenidos**



**Marcom
on-line**



SEM



**Formación
on-line**

El valor intangible del **talento senior**

Resulta curioso que no dejas de leer en los medios noticias sobre la “nueva promesa del Real Madrid”, “la nueva perla del Barcelona”, “el talento del prodigioso chaval del Atleti”... pero a la hora de la verdad, la afición, y el equipo, acaban buscando al hombre de los galones. Acabamos de comprobarlo en la reciente Final Four de baloncesto de Madrid, donde Andrés Nocioni, un “veterano” de 36 años que, a principio de temporada algunos aficionados del Real Madrid veían como un lastre, se ha erigido en el mejor jugador del torneo, ayudando a ganar a su equipo una Copa de Europa, veinte años después.

Y es que parece que en el deporte, como en el mundo empresarial, llega un momento en el que la edad puede llegar a ser un condicionante para seguir desempeñando tu actividad. Ejemplos como el de Nocioni en el deporte o el de Javier Nadal, que se ha incorporado como socio consejero de Neolabels, demuestran que el talento senior tiene un intangible que no siempre se sabe ver o explotar adecuadamente y que puede ser de un valor incalculable a la hora de cosechar grandes éxitos.

Ventajas competitivas

En los últimos años estamos acostumbrados a ver cómo con el auge de las *startups* y de los emprendedores el ‘talento senior’ se ha venido asociando principalmente con el de la figura del inversor o del *business angels* que invierten dinero en las empresas. Cuando precisamente, el verdadero valor del ‘talento senior’ para una empresa va mucho más allá, y debe aportar a una empresa al menos tres grandes ventajas competitivas:

En primer lugar la experiencia. Decía Jardiel Poncela que “la experiencia es una enfermedad que no se contagia”. Quizás por eso, en 2014 seis de cada diez empleos creados los cubrieron personas con más de cincuenta años. En el deporte la experiencia es un grado adicional de veteranía y en el mundo empresarial donde cada día la compañía se juega su supervivencia, tomar una decisión acertada ante una situación imprevista del mercado o como reacción a un movi-

miento de tu competencia, requiere de alguien que entienda el negocio, aporte la calma y la experiencia para ayudar a tomar las mejores decisiones.



En segundo lugar el conocimiento empresarial y la visión estratégica, tanto si se trata de una persona que ha estado mucho tiempo trabajando en una misma empresa como si ha sido una persona que ha cambiado mucho de compañía. En el primer caso aporta un profundo conocimiento y entendimiento del negocio, y en el segundo, la experiencia y visión que ofrece la vivencia de diferentes sectores, empresas y metodologías para hacer las cosas.

Y en tercer lugar, la habilidad de gestión, ya que no solo cuenta con la flexibilidad para adaptarse a cualquier equipo ya formado, sino que además tiene la experiencia para ayudar a llevarlo a lo más alto, aprovechando las cualidades de cada uno de los miembros de ese equipo. Y es ahí donde reside ese valor intangible del ‘talento senior’, capaz de hacerse notar con su presencia cuando las circunstancias lo piden, o de hacer brillar al resto de tu equipo cuando así lo requiera el contexto.

Y es que, como ocurre con el whisky de mezcla, el “*blended whisky*”, las compañías que mejor saben aprovechar los ingredientes que disponen y combinar su experiencia con destreza son las que más gustan y perduran en el mercado. Son empresas “*blended*”, donde la mezcla perfecta entre el conocimiento del negocio y la visión estratégica, la experiencia y la frescura en el uso de la comunicación digital ayudan a las empresas en su transformación. Y esa mezcla de ingredientes se consigue mediante la mezcla de talento joven y ‘talento senior’. No lo digo porque en mi empresa la edad media sea de 28 años, sino porque, además, viendo las estadísticas empresariales del INE, solo un 13 % de las empresas perdura más de 20 años. Y si echamos un vistazo a las empresas longevas españolas, comprobamos que ellas también han sabido combinar acertadamente el talento senior y el talento joven.

Hugo Albornoz
CEO de Neolabels

Ficheros de morosidad de personas físicas, la última frontera

Hoy en día y tras la profunda crisis que hemos atravesado, en donde un día sí y otro también nos hemos acostumbrado a acompañar el café de la mañana con noticias sobre empresas que se liquidan, quiebran o, en el mejor de los casos, solicitan el concurso de acreedores, parece inconcebible que alguien, sea empresa o particular, que vaya a realizar cualquier operación de cierta importancia lo haga sin cerciorarse antes de quién es la empresa o persona con la que va a hacer negocios y cuál es su situación económico-financiera. ¿Es solvente, es buen pagador? son preguntas cuyas respuestas ya a nadie se le ocurre fiar a la intuición o a la experiencia previa. Esto no siempre fue así. Antes sólo las grandes empresas incluían en su ciclo de aprobación de operaciones la consulta sobre sus interlocutores a alguna de las bases de datos de empresas del sector de la información. Todavía era más raro en el mundo de las relaciones comerciales con particulares, donde sólo ciertas empresas podían acceder a los ficheros de morosidad, cerrados a cal y canto al resto del mundo. Esto comenzó a cambiar hace años con la revolución del mundo online. Con el nacimiento del nuevo siglo nace también una empresa referente en el sector de la información sobre empresas, elnforma, la precursora en la democratización de la información económico-financiera para pymes y particulares, sin más complejidades que el disponer de una conexión a internet y una tarjeta de crédito, rápido, fácil y para toda la familia que diría después un popular presentador. Por unos pocos euros podías tener un completo informe financiero de cualquier empresa o autónomo del tejido empresarial español, ya no había excusas para dejar a la intuición decisiones que implicaban un riesgo para aquel que las toma. Baste un dato para demostrar esta tendencia. En sus inicios los usuarios registrados en elnforma no pasaban de unos pocos miles, hoy son más de 4.000.000 y todo el mundo que ha buscado información comercial, financiera o de marketing en internet conoce a elnforma. El dato no deja lugar a dudas, la democratización del acceso a la información de empresas y autónomos ha llegado. Pero...y de personas físicas, ¿Qué hay de la información de personas físicas? Como antes he comentado en este artículo, lo más cerca de información de personas físicas a la que tenía acceso el común de los mortales era a los informes comerciales de autónomos, el acceso a cierta información clave sobre



personas físicas, como puede ser información sobre impagados, era coto de los aportantes a los ficheros de morosidad, es decir, grandes empresas de los sectores financieros, energético, etc. Pero como no hay fortaleza, por muy alta y robusta que sea, que resista el paso del tiempo, parece que este tipo de información sobre particulares no va a ser una excepción.

Hace unas pocas semanas se ha roto este "oligopolio" en el acceso a esta información ciertamente valiosa, ya que INFORMA y por extensión su marca elnforma, de la que antes hablábamos, han creado el "Informe de Impagos de Particulares", que accede al fichero "InfoDeuda", el primer y único fichero de morosidad de personas físicas para uso de pymes y autónomos administrado por EXPERIAN BUREAU DE CRÉDITO, S.A.

¿Cuántas veces hemos tenido dudas sobre operaciones tan cotidianas como alquilarle una vivienda de nuestra propiedad a una determinada persona? ¿Será un buen pagador o tendrá deudas impagadas?

Ahora ya tenemos a nuestra disposición información que hasta hace poco sólo estaba al alcance de grandes corporaciones. ¡Usémosla e informémonos! y convirtámonos en gestores de nuestro propio riesgo.

David Rodríguez
Gerente de producto de INFORMA D&B

Renting en pymes, el desarrollo del futuro

El sector del *renting* mantiene su senda ascendente iniciada en 2014, tras un lustro sufriendo los varapalos de la crisis económica. A tenor de los datos que maneja la Asociación Española de Renting de Vehículos, correspondientes al primer trimestre de 2015, se ha registrado un incremento de un 2,91 % de la flota de vehículos, lo que supone un total de 414.027 unidades y se traduce en más de 920 millones de euros de facturación en el trimestre, un 3,08 % más que en el mismo período del año anterior.

POCO A POCO el producto de *renting* cuenta cada vez con más peso dentro del canal de empresas, habiendo ganado más de dos puntos en 2014, hasta situarse en el 32,42 %. Este ascenso deja patente la confianza que las empresas depositan en este servicio, en el que delegan cuestiones como la gestión y mantenimiento del vehículo y el ahorro de costes.

Los grandes clientes ya llevan tiempo siendo beneficiarios de los servicios y ventajas que les proporciona el *renting*, más del 80 % de las grandes empresas ya utilizan nuestro servicio. Ahora, las pymes se revelan como uno de nuestros principales nichos de mercado, puesto que existe un tejido empresarial muy amplio que también puede beneficiarse de las ventajas de este producto.

Como resultado, la presencia del *renting* en el ámbito de la pyme se ha convertido en el foco de atención de todas las compañías. De hecho, cabe resaltar el incremento de cuota de participación que ha experimentado este tipo de compañías en el último año, pasando de representar el 25 % sobre el total de la flota en 2013 al 28 % en 2014.

“El 60 % de los turismos que se contrataron en renting en 2014 correspondían al segmento bajo o medio-bajo”

Satisfaciendo los nuevos retos

El aumento del uso del *renting* por las pymes cobra mayor fuerza si tenemos en cuenta que representa al tipo de usuario que determinará el nuevo crecimiento del sector. Y es que, aunque el sector lleva años ofreciendo soluciones a medida de la pyme, es ahora cuando se antoja fundamental dar un paso más al respecto para convertirnos en un verdadero socio de estas compañías, ayudándoles a afrontar los nuevos retos surgidos de la actual situación económica.



El crecimiento de la demanda ha sido tan relevante en los últimos años que se hace necesario un cambio cultural donde se valore más el uso que la propiedad. Nuestro objetivo es desterrar la creencia de que el vehículo de *renting* está indicado solamente para grandes flotas, o para profesionales de mayor nivel adquisitivo, y transmitir los valores que lo alejan de la imagen errónea de que es un producto caro. Es más, la utilización de un vehículo en *renting* puede conseguir una media de ahorro superior al 10 % en todos los conceptos que conforman el coste de movilidad incluido el combustible. Además, la gestión del vehículo por parte de una compañía de *renting* tiene unas economías de escala que reducen también considerablemente el tiempo que hay que dedicar a la gestión del vehículo y, consecuentemente, el coste de dicha gestión.

Poco a poco comenzamos a concienciar a las pequeñas y medianas empresas de que el vehículo de *renting* no es un producto exclusivo de las grandes flotas o de los profesionales de mayor poder adquisitivo. De hecho, el 60 % de los turismos que se contrataron en *renting* en 2014 correspondían al segmento bajo o medio-bajo, ya que la principal utilidad que se le da es para personal comercial o técnico, sin olvidarnos de vehículos de representación para directivos.

Ahorro

Y es que el *renting* se revela desde el primer momento como un producto garante de tranquilidad, previsibilidad, confianza y ahorro económico. La diferencia es que en el precio final están incluidos todos los servicios que demanda un vehículo —adquisición, gestión, mantenimiento, reparaciones, cambio de neumáticos, seguro, asis-

tencia en carretera, impuestos, etc.— Por tanto, asistimos a un punto de inflexión en el que las pymes cada vez tienen más en cuenta los beneficios del *renting* a la hora hacer uso de los vehículos, lo que marca una tendencia positiva en el sector.

Agustín García
Presidente de la AER

“La utilización de un vehículo en renting puede conseguir una media de ahorro superior al 10 % en todos los conceptos”



El *coaching*, un valor añadido para el negocio

Cualquier persona que haya tomado la decisión de emprender, cualquier profesional autónomo o empresario que esté luchando por realizar y hacer crecer su sueño, sabe que se trata de una carrera agridulce. Afortunadamente suele ser más dulce que agria, ya que uno dedica toda su energía, ilusión y recursos en construir y materializar aquel producto o servicio en el que cree firmemente. Y es que no hay nada más gratificante que ir dando forma a un negocio propio e ir perfeccionándolo, para presentarlo de la mejor forma posible al resto del mundo.

SIN EMBARGO, AUN siendo una aventura apasionante, hay momentos difíciles y agotadores en los que la autoconfianza, la determinación y el valor son puestos a prueba. Esto sucede, sobre todo, cuando uno se enfrenta a la latente soledad del emprendedor. Situaciones en las que nos sentimos solos, poco estimulados, nuestras fuerzas flaquean, las cosas no salen como nos gustaría o no obtenemos los resultados esperados. Es entonces cuando las personas de nuestro entorno nos preguntan para qué nos hemos complicado la vida, con lo estables que estábamos antes. ¿Te suena?

¿Cómo nos ayuda el *coaching*?

Y es precisamente ahí donde el *coaching* y, sobretudo, la figura del *coach* son tan importantes. Nutriéndose de diferentes disciplinas como la filosofía, la lingüística, la neurociencia o la psicología, representa un cambio fundamental en la manera de pensar y se revela como una excelente herramienta para aumentar la productividad de nuestro negocio, ya que nos ayuda a:

- Mantener el nivel de motivación, tanto en nosotros mismos como en nuestro equipo y colaboradores.
- Abordar los retos del negocio desde otra perspectiva. Cambiando la forma de ver las cosas, modificamos también nuestro marco de acción, obteniendo así resultados diferentes, más alineados a nuestros objetivos.
- Conocer y potenciar nuestras fortalezas.
- Identificar y gestionar las emociones, para que incluso las negativas se conviertan en un generador de cambio.
- Superar miedos o creencias limitantes que nos obstaculizan para alcanzar las metas.
- Canalizar energías y focalizarlas solo en lo que realmente importa, evitando dispersiones de atención y tiempo.
- Delinear un plan de acción claro, que suponga una vía directa a nuestra meta.
- Preparar procesos de negociación con clientes, donde ambas partes ganen.
- Aprovechar y dirigir tanto recursos internos propios como externos y materiales, para crear la mejor forma de hacer las cosas.



- Generar y establecer un compromiso para alcanzar nuestro objetivo.

La figura del *coach*

Hoy en día contar con la ayuda de un *coach* no significa que a uno le falte algo, sino que queremos potenciar lo que ya tenemos. Con él se aprende a liberar ciertos lastres. Uno es consciente de sus facultades y potencialidades y le ayudará a elegir el mejor camino para alcanzar sus metas.

Un *coach* es una buena opción para lograr aquellos objetivos o retos a los que nos cuesta llegar solos, o que no estamos alcanzando en el tiempo deseado. Con él pasamos por un proceso de acompañamiento a través del cual el cliente cambia de una situación actual a una ideal, obteniendo resultados extraordinarios, no solo en el ámbito profesional sino también en el personal. Nos referimos a resultados extraordinarios porque nos retan y nos sacan de nuestra caja de confort, ya que para



“A través de preguntas poderosas, el cliente o coachee abre su campo de visión”

A menudo, cuando pedimos consejo, la gente que nos quiere lo hace desde la prudencia para que no nos hagamos daño o no nos demos el batacazo. La cuestión es que esto nos genera miedo, incluso cuando a priori no lo teníamos. Por tanto, jugamos a no perder. Cuando trabajamos nuestro objetivo con un *coach* jugamos a ganar y, automáticamente, la perspectiva cambia de forma radical.

Responde a la pregunta ¿qué es para ti aumentar la productividad de tu negocio? Descríbelo en una línea como un objetivo acotado en un tiempo definido. Escríbelo ahora sobre un papel —que un niño de seis años lo pueda entender—. Bien, esto es lo que se trabaja con un *coach*. Solo y exclusivamente en esto. Ponemos foco en tu objetivo y todo, absolutamente todo, va encaminado a lograrlo en ese lapso de tiempo.

María Fernández García-Fajardo
Coaching & Media

obtener resultados predecibles no es necesario el *coaching*.

El coaching se desarrolla en sesiones individuales con conversaciones que crean un espacio de reflexión. A través de preguntas poderosas, el cliente o *coachee* abre su campo de visión y, en consecuencia, su marco de acción. Esto le lleva a valorar nuevas posibilidades. Es entonces cuando empieza a evaluar su entorno desde la autorresponsabilidad, extrayendo sus propias soluciones para alcanzar su objetivo.

A lo largo de este proceso nos cuestionamos nuestra forma habitual de hacer las cosas para poder obtener resultados distintos. Se trata de allanar el camino al cliente para la consecución de su objetivo. Y es ahí cuando aparece la producti-

vidad: si el profesional dedica su tiempo con el *coach* para reflexionar y buscar nuevas vías para sacar el máximo partido a su negocio, el tiempo restante lo empleará para proyectarlo exclusivamente a la acción.



Cuando **la devolución** dejó de ser un problema en el *e-commerce*

Una buena política de devoluciones suele ser una de las asignaturas pendientes en el *e-commerce*, sobre todo en España, lo cual lastra las ventas. Por ello se necesitan herramientas de logística que ayuden a solucionar el problema. ASM acaba de lanzar al mercado ASMReBound, que facilitará estas tareas al minorista en gran medida. Nos habla de ello Cristina García, *international network director* de ASM, empresa de mensajería y distribución.

Inma Elízalde

EN SU OPINIÓN la política de devoluciones no había ocupado un lugar prioritario en las compañías logísticas hasta este momento. Un mundo del que dice que “se han generado muchas soluciones de venta *on-line*, pero pocas soluciones que proporcionen una logística inversa fiable y cómoda para el cliente cargador y para el cliente final”. ¿Qué es lo que más falla en este sentido? Una falta de automatización del proceso, responde. Coordinar la voluntad del cliente final con la cadena logística y los intereses/política comercial del cargador y no haber normalizado el servicio como parte de la venta total. “Es cierto que en general, las devoluciones representan solo el 10 % del volumen de ventas, pero suelen ser el 90 % de los dolores de cabeza de los departamentos logísticos de los *e-tailers*”, manifiesta. Y esto, lastra las ventas frente a las empresas que ofrecen retornos simplificados y por lo tanto generan mayor confianza en el consumidor . ¿Qué va buscando el cliente? “Facilidad, confianza, agilidad y seguridad en el proceso de retorno”, responde la experta. “Si su percepción es negativa, probablemente el impulso de compra se frene. Y es que una tienda *on-line* debería disponer de los mismos servicios que tendría adquiriendo el producto en una tienda física, pero sin moverse de su casa”.



Cristina García, *international network director* de ASM

La solución a estos problemas

Para acabar con esto, ASM acaba de lanzar una solución logística que permite a los clientes de comercio electrónico mejorar la gestión de las devoluciones internacionales. ¿En qué consiste la misma? Cristina García recuerda que en el mercado transfronterizo o “*cross-border*”, suelen utilizarse los términos de venta *inbound* o *outbound*. Con ASM llega el “*rebound*”. Un servicio que ha nacido fruto de una alianza estratégica con TSB-Rebound, empresa británica especializada en servicios de Supply internacionales.

Con el aumento de ventas *on-line*, la logística inversa empezaba a ser un freno de crecimiento para grandes marcas. TSB apostó por este pequeño nicho, especializando todos sus servicios en logística inversa internacional. Fuera de Reino Unido, España es el primer país en ofrecer este servicio a los clientes *e-commerce*, y lo hace a través de ASM.

Su ventaja radica en ser muy sencillo para el destinatario, pues toda la complejidad reside en el software y en la red de almacenes internacionales: “Disponemos de más de 220 emplazamientos que nos permiten consolidar los retornos y tener flujos de volumen que también permiten economía de escala en este servicio. En definitiva, cuando un minorista *on-line*

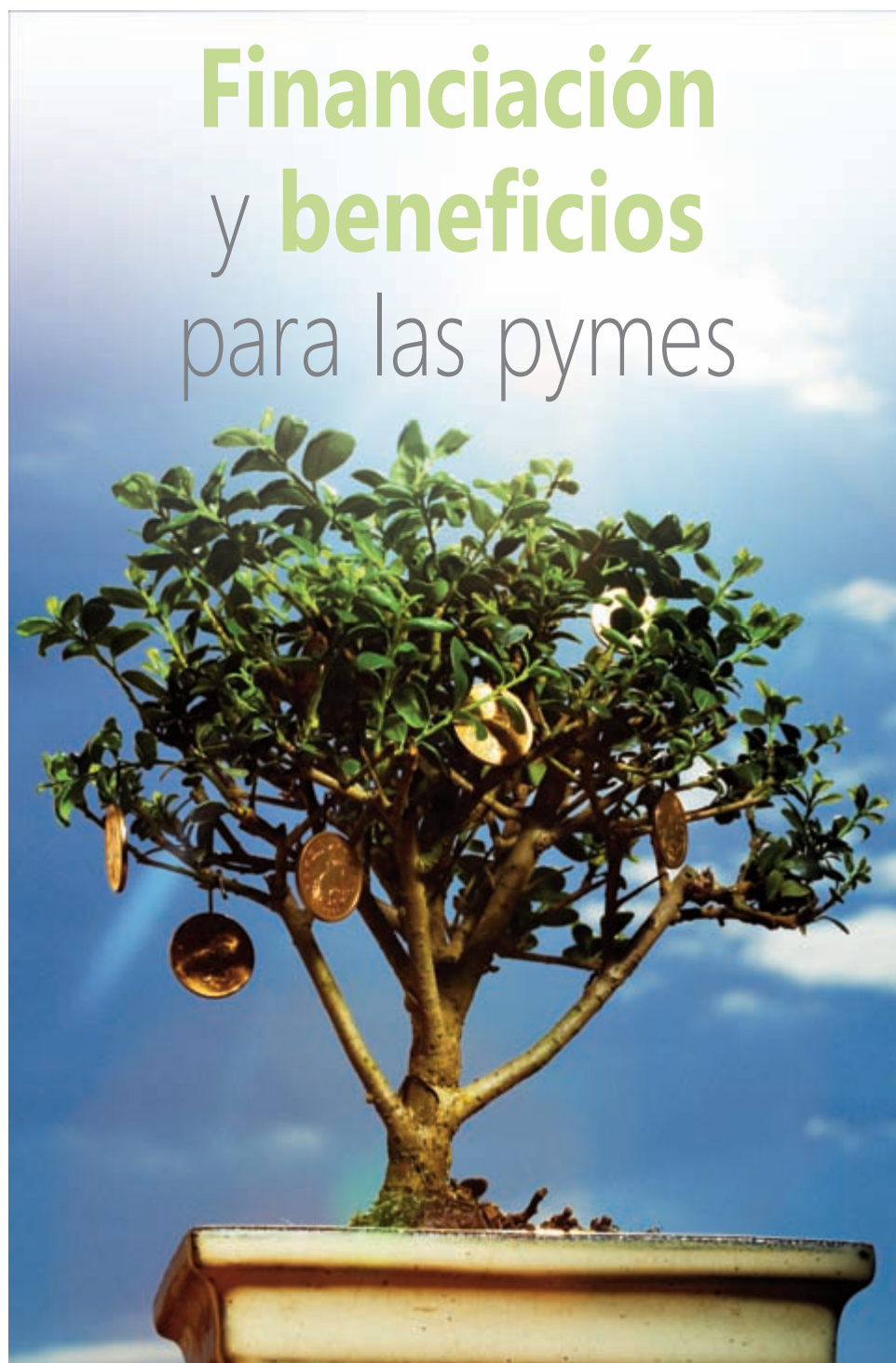
contrata ASMReBound, se olvida literalmente de la logística inversa, no sólo a nivel administrativo, sino también de despachos de aduanas, comprobación de producto, consolidación y logística hasta su almacén”. Y es que con el mismo se puede elegir la modalidad de retorno: recogida domiciliaria, *parcelshop* o *locker* según el país. También tienen distintas opciones y formas de pago para ajustarlo a cada realidad comercial.

En este número de la revista aportamos varias opciones para que las pequeñas y medianas empresas puedan conseguir financiación para sus empresas y mayores beneficios, algunos de ellos novedosos.

900 millones de euros dispuestos para ser concedidos a pymes y empresas de mediana capitalización. Ese es el presupuesto con el que cuenta CaixaBank, una parte proveniente del Banco Europeo de Inversiones (BEI) y otra de fondos propios de CaixaBank, en la que se convierte en la tercera operación conjunta de estas dos entidades en los últimos dos años, con un volumen superior a los 1.000 millones de euros. Los 450 millones de euros del BEI tienen que ir repartidos mayoritariamente a las pymes —hasta el 70 % del mismo—, mientras que el otro 30 % será recibido por las medianas. Así, esta línea financiará proyectos de inversión productiva o circulante de hasta 25 millones de euros en pymes y de hasta 50 millones de euros en medianas, principalmente en sectores como el industrial y el de servicios. En este momento CaixaBank cuenta con más de 1.700 millones de euros en financiación a empresas a través del BEI y 580 millones en garantías a empresas para recibir financiación directa del BEI.

Subvenciones para crear un e-commerce en Cataluña

Con el fin de apoyar el comercio electrónico catalán, la Generalitat de Cataluña subvencionará a todos los comercios que cuenten con una tienda física, con ayudas de hasta 3.000 euros, que irán destinados a la puesta en marcha de los mismos, aunque el comercio tendrá que poner, como mínimo, otros 1.000. Es decir, se financiará hasta el 50 % de los gastos de esta puesta en marcha, en los que se incluye el IVA. Entre estos gastos subvencionables figuran todas las facturas emitidas durante el año 2015 asociadas a la actividad de la tienda *on-line*, relativas a conceptos como registro de dominios, *hosting* y diseño, programación y mantenimiento del *e-commerce* y



Financiación y beneficios para las pymes

los gastos de comunicación directamente relacionados con la promoción de la tienda *on-line*.

Para acceder a estas subvenciones la tienda tiene que estar en castellano y catalán, al tiempo que es necesario que el beneficiario de la subvención contrate el proyecto de *e-commerce* a una empresa del sector del marketing digital. También tiene que tener pasarela de pago con seguridad SSL o garantizar la transmisión cifrada de los datos en las compras realizadas con tarjeta de crédito y estar adaptada a los dispositivos móviles.

Obtén el sello AENOR de pyme innovadora y conseguirás grandes beneficios

La Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) ha lanzado un nuevo sello para las pymes: el de Pyme Innovadora, con el que podrás demostrar tu capacidad de innovación mediante una correcta evaluación de los recursos que aplicas al proceso de innovación, así como a los resultados conseguidos. Para conseguir este certificado necesitarás cumplir 27 indicadores, con los

que podrás identificar tus puntos fuertes y débiles para mejorar tu desempeño en las diferentes áreas de gestión. Entre ellos podemos destacar el porcentaje de exportaciones debidas a nuevos productos, el porcentaje de generación de empleo en I+D, los nuevos productos o servicios innovadores, las patentes y registros de marcas nacionales o internacionales, la financiación privada, pública o las becas para I+D+i obtenidas, etc. Además, este certificado cuenta con la ventaja añadida de que te permitirá incluirte automáticamente en el Registro de Pyme Innovadora del Ministerio de Economía y Competitividad, accediendo a ventajas económicas y fiscales como la compatibilización de un 40 % de las aportaciones empresariales a las cuotas de la Seguridad Social del personal investigador, con una deducción fiscal de hasta el 42 % de los gastos en I+D+i del Impuesto sobre Sociedades, así como acceder a créditos para I+D+i.

“mifinanciacion.es”, nuevo portal de financiación para pymes, autónomos, franquicias y emprendedores

mismos tan solo hay que hacerlo a través de su página web. Su algoritmo comprobará la solidez de tu negocio y la calidad crediticia del mismo, dándote inmediatamente una respuesta, en función de lo que el algoritmo haya dictaminado. Si la respuesta es positiva, se puede recibir una propuesta con una cantidad y un tipo de interés. Si el cliente acepta los términos de la línea de crédito realizado, contarán con la ventaja añadida de que podrán retirar el dinero cuando lo necesiten y con la frecuencia con la que deseen, sin cargos ocultos ni comisiones por pagar temprano.

nivel tecnológico y que fomenten la creación de empleo cualificado. Las aportaciones pueden ser del 60 % para las pequeñas empresas, del 50 % para las medianas y del 40 % para las grandes, con presupuestos de proyectos entre uno y cuatro millones de euros. Para facilitar la obtención de estas ayudas, la consultora Lowendalmasai ofrece un servicio de asesoramiento en esta materia. “Ponemos el *know-how* de nuestro equipo de consultores a disposición de todos los interesados para que, de una forma ágil y sencilla, puedan beneficiarse de estas ayudas y crear nuevos puestos de trabajo”, indicó Soraya Gamonal, responsable del departamento de financiación de la innovación de la consultora.



¿Buscas financiación? Este es tu portal

Con una base de datos que alberga a las principales entidades inversoras nacionales e internacionales da el pistoletazo de salida el portal de financiación para pymes, autónomos, franquicias y emprendedores **www.mifinanciacion.es**, puesto en marcha por un grupo de socios con una gran experiencia en el mundo del emprendimiento.

Conseguir información sobre las ayudas que se necesita es muy sencillo, tan solo hay que introducir tres criterios de selección: el estado en el que se encuentra el proyecto, el rango de financiación y el sector de actividad. El buscador indicará en ese momento un resumen de las entidades inversoras que coincidan con los criterios de búsqueda, añadiendo información sobre las aceleradoras e incubadoras o sobre las inversoras multisectoriales. Por otro lado, los inversores podrán incorporar sus datos y recibir propuestas de emprendedores que busquen financiación.

¿Necesitas más servicios? Asesoramiento personalizado para emprendedores y recomendaciones sobre la documentación a elaborar, con consejos para una primera reunión con inversores o errores a evitar también van incluidos.

Por otro lado, la entidad ha lanzado el certificado de Joven Empresa Innovadora.

Spotcap: aumentando sus líneas de crédito

La plataforma de crédito *on-line* para pymes y autónomos Spotcap ha ampliado sus líneas de crédito hasta los 100.000 euros, con el fin de satisfacer las necesidades de los empresarios que necesiten un nivel de financiación más alto. Este aumento en sus líneas de crédito va unido al buen momento por el que atraviesa la compañía alemana en nuestro país, quien inició su actividad en España en septiembre del año pasado, concediendo créditos de entre 500 y 50.000 euros en menos de cinco minutos. Para solicitar los

Ayudas a fondo perdido FEDER

El programa FEDER Innterconecta concederá ayudas a fondo perdido a proyectos de desarrollo experimental en diversos campos como salud, energía, seguridad y calidad alimentarias, transporte inteligente, innovación social, cambio climática, economía digital y seguridad, protección y defensa.

El plazo para presentar los proyectos finaliza el próximo 30 de junio y podrán optar empresas con sede en Andalucía, Asturias, Canarias, Castilla-La Mancha, Extremadura, Galicia, Murcia, Ceuta o Melilla. Para otorgar las ayudas se tendrá en cuenta los proyectos realizados en cooperación de dos a seis empresas de cualquier área temática con un elevado



NUEVAS SOLUCIONES PARA TODAS LAS ECONOMÍAS

ALQUILER DE PUESTOS DE TRABAJO, DESPACHOS, ZONAS, SALAS, ESTUDIOS TV...

Son muchas las pequeñas empresas o profesionales que buscan una solución económica y práctica para ubicar su empresa.

La alternativa de compartir un espacio de trabajo crece cada día con el fin de rebajar los gastos y sin renunciar a las ventajas que ofrece un lugar que de buena imagen a su empresa.

COWORKING TEMATICO:

Aunque cualquier tipo de empresa puede instalarse en este centro de negocios, nos interesa ofrecer un valor añadido, por lo que damos preferencia a aquellas que tengan relación con el marketing, la comunicación, la multimedia o Internet, facilitando con la proximidad, interacciones, que ayudarán a su desarrollo.

SERVICIOS QUE PODEMOS OFRECER:

- **Despachos o zonas para una sola empresa con o sin mobiliario.**
- **Puesto de trabajo amueblado** en zona compartida con otras empresas o profesionales (incluye: mesa, sillón, teléfono de sobremesa, conexión ADSL y equipo informático opcional).
- **Domiciliación social, fiscal y comercial** (derecho a uso de nuestra dirección en su papelería corporativa, publicidad, tarjetas de visita, facturas, así como, del nº de teléfono y nº de fax).
- **Recepción, distribución y envío de correo**, en cualquier forma o cantidad según tarifa.
- **Utilización de las salas de reuniones, Terraza, y otras zonas comunes**, previa consulta y reserva, según condiciones del contrato, o según tarifas.
- **Utilización de platos para Internet TV** (Diferidos o directos) previa consulta y reservas según tarifas.



Descansa mientras tu empresa se mueve

En Alphabet, compañía multimarca de renting y gestión de flotas,
nuestra misión es **mejorar la movilidad corporativa
de nuestros clientes.**

Es lo que llamamos: **Business Mobility.**

www.alphabet.es



902 033 903

canalcomercial@alphabet.es



Alphabet

