

El nuevo 'management'

Los deberes pendientes de la Agenda Digital para pymes

El plan, que termina en 2015, está lejos de cumplir las metas fijadas

JAVIER G. ROPERO *Madrid*

A principios de 2013, el Gobierno aprobaba lo que llamó Agenda Digital para España, la estrategia para desarrollar "la economía y la sociedad digital" en nuestro país entre 2013 y 2015. Una hoja de ruta no vinculante y que, como marcaba desde su nacimiento, tiene su frontera en el año que está a punto de comenzar. Entre sus principales actuaciones destacaba el Plan de TIC en pyme y comercio electrónico, cuyo objetivo principal era incentivar la utilización de las tecnologías de la información entre las pequeñas y medianas empresas. Por ejemplo, que en 2015 el 40% utilizaran

la factura electrónica o que la web corporativa se utilizara en el 55% de las microempresas. Sin embargo, casi ninguno de los indicadores marcados está cerca de cumplirse. Según los datos de noviembre, solo el 28,7% de microempresas tiene web propia, el 21% de las pymes utilizan la factura electrónica o el 16% realiza ventas online, frente al 33% esperado. "Los números no son satisfactorios, sobre todo desde el punto de vista de la pequeña empresa", analiza Alfonso Arbaiza, director general de Fundetec, asociación público-privada que impulsa la utilización de las TIC desde hace 10 años. "En la microempresa hay sectores en los que hay buena penetración tecnológica, como el hotelero o el tecnológico, pero hay otros donde las páginas web o la implantación de tecnología generalizada es aún reducida". En el comercio minorista, por ejemplo, solo el 25% de microempresas tienen una web corporativa.

La CE y la OCDE han insistido en los últimos años en avanzar hacia un modelo digital de la economía, señalando a las empresas como tractoras en ese proceso de transformación. La reestructuración de sus modelos de negocio en base a la utilización de las tecnologías les proporciona "una mayor eficiencia y crecimiento", afirma la OCDE. Para Arbaiza, el mensaje es claro: "Tenemos que ir a un modelo de competencias digitales, y creo beneficia a la pyme. Ya no vale con saber Word o Excell. Hay que buscar las competencias necesarias para que la tecnología sea productiva en la empresa".

Pero para llegar a ese nivel las pequeñas y medianas empresas deberán superar una doble barrera. Por un lado, su menor disposición a invertir en tecnología, acentuada por las prioridades que ha traído la crisis a la hora de manejar los presupuestos: "Hemos avanzado mucho en la concienciación de que la tecnología es necesaria, pero la pyme sigue pensando que es un gasto. Si comprar un ordenador o un software es considerado así, hay un problema", analiza Arbaiza. Por otro lado, la adaptación de la tecnología a la necesidad de la pequeña empresa: "No vale el pan para todos. Hay una parte importantísima de la tecnología que tiene que adaptarse al tipo de negocio. En algunos aspectos de la gestión o de trámites de la administración es estándar, pero no es lo mismo hacer un presupuesto para una ferretería que para un pintor".

Aspectos en los que la formación es parte fundamental y donde aún hay mucho terreno por ganar. Según los datos del Instituto Nacional de Estadística, solo el 23% de las empresas invirtieron en for-

Solo el 28% de microempresas tiene web, frente al objetivo fijado para 2015 del 55%



THINKSTOCK

La oportunidad del comercio electrónico

Cada vez son más los que acuden a la red para realizar compras. Según un informe de la Comisión Nacional de la Competencia, durante el primer trimestre el comercio electrónico generó 3.578 millones de euros en ventas, casi un 27% más que en el mismo periodo de 2013. ¿Hay hueco para las pymes? "En general sí hay hueco para las pequeñas empresas, pero no están preparadas para establecerse por su cuenta", considera el director general de Fundetec, Alfonso Arbaiza. "Una plataforma propia conlleva muchos costes, sobre todo en materia logística. La solución más eficiente es inte-

grarse en grandes plataformas", como Amazon o eBay, que permiten comercializar sus productos haciéndose ellas cargo del proceso logístico.

El Plan de TIC en pyme y comercio electrónico preveía que en 2015 el 33% de las pequeñas y medianas empresas vendieran online, porcentaje que en noviembre era del 16%. En el caso de las empresas con más de diez empleados, las ventas por comercio electrónico alcanzaron en 2013 el 15,1% del total de sus ventas, lo que significó un avance de casi siete puntos porcentuales respecto a 2012, con un total de 195.442 millones generados.

mación en TIC durante el año 2013, y apenas el 25% empleó a especialistas en la materia. "La tecnología avanza demasiado rápido como para que las pymes sin formación sean capaces de entender hacia dónde va el modelo". El director general de Fundetec aboga por un modelo de formación en el que cooperen las instituciones públicas y las propias empresas, que "también deben entender que pagar una formación es bueno para ellas".

Herramientas como el almacenamiento en la nube o el aprovechamiento de las redes sociales son medidas que están a mano del empresario y que "no necesitan una enorme infraestructura". Pero la gran tendencia seguirá siendo la tecnología móvil. O en otras palabras, el *smartphone* y la banda ancha móvil: "Su crecimiento entre empresas ha sido espectacular y es el gran ejemplo de que en cuanto ve la utilidad, el empresario utiliza la tecnología de lleno". El 78% de las empresas españolas ya se conectaban mediante el móvil en 2013, porcentaje que seguirá creciendo: "Es el punto en el que hay una menor diferencia entre gran y pequeña empresa". De momento, será el principal vehículo de las pymes en el camino al modelo digital.