

Descubre el modelo que necesitas: [SELECTOR.SALICRU.COM](http://SELECTOR.SALICRU.COM)

## Soluciones Salicru SAI/UPS Profesionales

### TELECOM

La mejor respuesta a las expectativas y necesidades de las operadoras de telecomunicaciones

### INDUSTRIA

Máxima protección en el entorno empresarial

### INFRAESTRUCTURAS Y ENERGÍA

Protección de altas prestaciones para grandes aplicaciones críticas

### GRANDES CORPORACIONES Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Soluciones a medida para garantizar la seguridad energética y la información sensible

### EFICIENCIA ENERGÉTICA Y RENOVABLES

Apuesta por la ecoeficiencia y las energías renovables como valor empresarial



## ¡PROTÉGETE! PALABRA DE EXPERTO.

Las tortugas se caracterizan por su caparazón, resistente a todo tipo de ataques, y su longevidad natural. Esto las convierte en un símbolo de sabiduría y seguridad.

La suma de más de 50 años en el sector, el valor humano de nuestros profesionales y la inversión constante en I+D+i, hacen de **Salicru un EXPERTO en protección.**

Los Sistemas de Alimentación Ininterrumpida (SAI/UPS) SALICRU son la mejor opción para cualquier tipo de instalaciones o industria. Pues protegen y garantizan una alimentación eléctrica continua y óptima, evitando daños o averías causados por anomalías del suministro eléctrico.

SAI/UPS line-interactive / on-line de 700 VA hasta 6,4 MVA



Síguenos en:

[@salicru\\_SA](https://twitter.com/salicru_SA)

[www.linkedin.com/company/salicru](http://www.linkedin.com/company/salicru)

# ¿Por qué con **Iniciativa Pymes**, puedes transformar tus inversiones de marketing en **oportunidades de negocio?**

**1** Porque ponemos a tu disposición **2.000 Pymes dispuestas a escuchar** tu oferta comercial

**2** Porque te acercamos allí donde están tus clientes: **17 eventos** por toda España

**3** Porque creamos **entornos dirigidos** a tu público objetivo

**4** Porque te ofrecemos **acciones dirigidas a captar clientes**: Ponencia, imagen, stand, listados asistentes



**INICIATIVA PYMES**  
LA LUCHA NOS HACE GRANDES

[www.iniciativapymes.com](http://www.iniciativapymes.com)

**5** Porque proporcionamos **canales de comunicación permanentes**: Eventos, blogs, web, microbloggings, vídeos, ...

**6** Porque las Pymes que convocamos tienen **capacidad de compra**

**7** Porque tú decides cuánto invertir: **Modelos de patrocinios especiales**

**8** Porque **tu objetivo** es nuestro objetivo

Si deseas que **Iniciativa Pymes** sea tu aliado para **captar clientes** solícítanos información

Empresas líderes de sus sectores patrocinan Iniciativa Pymes como **fuentes de negocio**:



Usted está a una pequeña distancia para seguir dando grandes pasos

**PYMES**  
de compras

# PYMES

**Tai**  
editorial

AÑO XX - Nº 213 - Mayo 2016 • P.V.P. 2,50 Euros

de compras

## *E-commerce:*

manteniendo el fraude  
bajo control

## Líderes empresariales:

pautas para afrontar  
los retos que vienen

Las pymes y sus empresarios  
tienen que ser protagonistas de

**la transformación  
digital**

## *Renting:*

flexibilizando la oferta para llegar a la pyme

# PYMES

de compras

**Directora** Beatriz Montalvo • [beatriz@taieditorial.es](mailto:beatriz@taieditorial.es)  
**Redactora Jefe** Inma Elizalde • [inma@taieditorial.es](mailto:inma@taieditorial.es)  
**Publicidad** [publicidad@revistapymes.es](mailto:publicidad@revistapymes.es)  
**Redacción y colaboradores** Rosa Martín • [rmartin@taieditorial.es](mailto:rmartin@taieditorial.es)  
 Marilés de Pedro • [mariles@taieditorial.es](mailto:mariles@taieditorial.es)  
**Producción** Marta Arias • [marta@taieditorial.es](mailto:marta@taieditorial.es)

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



Ctra. Fuencarral-Alcobendas, km 14,5  
 28108 Alcobendas (Madrid)  
 Tel.: +34 902 30 40 33 / 91 661 61 02  
 Fax: 91 661 29 28  
 e-mail: [correo@taieditorial.es](mailto: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 de T.A.I. y que sean tratados con la finalidad de mantener, desarrollar y controlar la relación contractual y comercial, así como para remitirle información sobre productos y servicios relacionados con su sector de actividad.  
 Asimismo declaro haber sido informado sobre la posibilidad de ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición dirigiéndome a T.A.I. en Carretera Fuencarral a Alcobendas Km. 14,5, 28108 Madrid o bien remitiendo un mensaje a la dirección de correo electrónico [correo@taieditorial.es](mailto:correo@taieditorial.es).  
 Del mismo modo consiento que mis datos puedan ser comunicados a las empresas de T.A.I. para su tratamiento con la finalidad anteriormente indicada, permitiendo así la gestión.



## Perdiendo oportunidades

Dicen que hay que coger las oportunidades al vuelo, pero esto es algo que muchos no han comprendido en los últimos tiempos. De nada han valido los requerimientos por parte de la sociedad, pero sobre todo de los empresarios, para sacar adelante unas negociaciones que tendrían que haber llegado a buen puerto. En juego el crecimiento de un país, algo más importante que los egos insatisfechos de unos cuantos, poco merecedores de la gran responsabilidad que hemos puesto en sus manos. Los empresarios han alzado varias veces la voz, indignados por la situación, conscientes de que cualquier

contratiempo puede hacer que la débil recuperación económica que estábamos experimentando retroceda. No es fácil ahuyentar los fantasmas de un pasado reciente que tanto daño ha causado. No basta con entonar el "mea culpa" y menos cuando la incertidumbre va a seguir durante varios meses más. El pueblo habló pero los políticos no le entendieron, cuando lo normal era que fuera al revés. Volveremos a hablar en las urnas pero hasta que eso ocurra, el mensaje de los empresarios es claro. Y lo que no debemos olvidar es que algunas oportunidades, cuando se van, no vuelven...

## Sumario

- 8 E-commerce:**  
¿fraude?, no gracias
- 10 Líderes:**  
la compleja tarea de liderar en tiempos cambiantes
- 14 Economía digital:**  
diseñando un futuro mejor
- 18 Renting de vehículos:**  
nuevos modelos de negocio para llegar a las pymes
- 22 Eurocloud:**  
afrontando los retos que están por llegar
- 24 SCC y HP:**  
servicios que cubren el ciclo de vida de una solución



Mercedes-Benz Empresas  
Una completa gama de servicios para tu negocio.

## Nuevo Clase E en Renting por 585€\* al mes. El socio perfecto para tu empresa.

El nuevo Clase E de Mercedes-Benz parece haber sido creado para formar parte de tu negocio. Esta berlina inteligente tiene la mezcla perfecta entre actitud y aptitudes. Con un diseño extraordinario y equipada con lo último en tecnología e innovación ofrece un nivel de seguridad único para afrontar nuevos retos, dentro y fuera del trabajo. Ahora con servofreno de emergencia activo, sistema PRE-SAFE, capó activo para protección de peatones y ATTENTION ASSIST de serie.

Consumo medio 3,9-4,3 (l/100 km) y emisiones de CO<sub>2</sub> 102-112 (g/km).

\*Ejemplo de Mercedes-Benz Renting para un Clase E 220 d por 585€ al mes más IVA, aportación inicial de 1.653€ más IVA, a 48 meses y 60.000km. Válido para solicitudes aprobadas hasta el 30 de junio de 2016 y contratos activados hasta el 31 de Agosto de 2016. Mercedes-Benz Renting es una marca comercializada por Mercedes-Benz Renting, S.A., Avda. de Bruselas 30 - 28108 Alcobendas (Madrid). El modelo ofertado puede no coincidir con el de la foto en color y equipamiento. Oferta válida para Península y Baleares.

Mercedes-Benz  
The best or nothing.



# Las pymes afrontan el desafío del *compliance*



**El 1 de julio** de 2015 entró en vigor la reforma del Código Penal. Esto ha supuesto un cambio sustancial en la valoración de las actuaciones llevadas a cabo en el seno de la empresa que son consideradas como ilícitos penales, con derivación de responsabilidad a las personas jurídicas y, por tanto, a los órganos de gobierno. En definitiva, a los consejeros o administradores de las mismas.

Cuándo dice “derivación de responsabilidad a las personas jurídicas” quiere decir que toda empresa, sin importar su tamaño, por el hecho de ser persona jurídica, está sujeta al Código Penal, puesto que los ilícitos penales que regula no dependen del tamaño de la empresa sino de la intencionalidad en la comisión del delito. Al final, los requerimientos de establecer sistemas de organización y gestión por escrito, estructurados y supervisados afecta por igual a las pymes y a las empresas de tamaño grande.

Las pymes pueden buscar colaboraciones externas para implantar ese sistema de organización y gestión que empieza ya a denominarse “Manual de Compliance” —cumplimiento normativo—. De hecho, la circular 1/2016 de la Fiscalía General del Estado valora positivamente la colaboración con profesionales externos que faciliten la implantación del “Manual de Prevención de Delitos”, del “Código de Conducta de la empresa” y la implantación de medidas de

supervisión, vigilancia y control del *compliance*.

Los abogados, por su formación jurídica penal; los auditores de cuentas, por su especialización en el conocimiento y evaluación del control interno establecido en la empresa; y los auditores de normas ISO, por el potencial de estandarización y estructuración que tiene la metodología de implantación de normas ISO, están plenamente capacitados para colaborar con las pymes en la implantación del programa de *compliance*.

¿Qué ventaja tiene la implantación de un programa de *compliance* para la pyme? Aunque no es obligatorio, es altamente recomendable, puesto que un programa de *compliance* correctamente implementado en la cultura de la empresa exime de responsabilidad penal a la persona jurídica por los posibles ilícitos penales que cometan sus empleados o directivos, vulnerando o violentando los controles de cumplimiento normativo implantados en la pyme. Este programa, además, favorece a las pymes por el hecho de que cumplen las condiciones que las grandes empresas solicitan a sus proveedores y proyecta una imagen de transparencia y cumplimiento ante las administraciones a la hora de la contratación

*José Carlos Alonso Almeida.*  
Presidente de GRM Audit

Consumo promedio: desde 2,0 hasta 6,5 l/100 km. Emisiones de CO<sub>2</sub>: desde 46 hasta 152 g/km.

BMW Empresas

900 357 902  
[www.bmw.es/empresas](http://www.bmw.es/empresas)



¿Te gusta conducir?



# SIETE DÍAS A LA SEMANA

## NUEVOS BMW SERIE 2 ACTIVE TOURER Y GRAN TOURER

Nosotros: empresa, familia, clientes, suegros, viajes de negocios y vacaciones en la playa. Yo: el placer de conducir un BMW en cualquier situación. Todo cabe en los nuevos monovolúmenes BMW Serie 2. Porque con hasta 7 plazas le ofrecen toda la amplitud y versatilidad que necesitan su empresa, su familia y usted. Disfrute del nosotros, pero nunca renuncie al yo.



## ¿Cómo evitar **el fraude** en el e-commerce?

Aunque el nivel de fraude todavía es bajo en los comercios electrónicos españoles, está aumentando. Para evitarlo es fundamental establecer herramientas contra el mismo, pero un 12 % de los consumidores abandonan el carrito de la compra cuando se le piden demasiados datos. Y es que a mayor seguridad, menor conversión. ¿Qué hacer entonces? Hay que analizar el riesgo asumible y actuar en consecuencia. Es fundamental adaptar los pagos a los compradores, nunca al revés. Estas son algunas de las conclusiones extraídas de innoPayments '16, un evento organizado por Adigital. *Inma Elízalde*

**TODAVÍA HAY UN** gran número de empresas que no aceptan pagos de fuera de nuestras fronteras, un 27 % concretamente. Así lo destaca Adigital tras realizar una encuesta a más de 2.000 empresas, mientras el 36 % de los encuestados no aceptan pagos de países de la Unión Europea, cifra que mejora con respecto al año anterior. El principal proveedor para el procesamiento de pagos es el banco, al tiempo que se incrementa el número de medios de pago ofrecidos a los clientes, aunque los más usados son el TPV virtual, la transferencia y PayPal, siendo la principal razón para incorporar un nuevo medio de pago el incremento de la conversión. El fraude apenas se da, tan solo ocurre por debajo del 0,25% de los casos, en

RAFA NADAL – TENISTA



# Cien Respuestas Inmediatas

“En lo profesional no pido deseos,  
me lo tengo que ganar.”

Los nuevos tiempos exigen respuestas rápidas. Ahora nos desplazamos a tu negocio para responder a tus necesidades, incluida tu solicitud de crédito.  
Descúbrelo en [bancosabadell.com/respuestasnegocios](http://bancosabadell.com/respuestasnegocios)

**B Sabadell**  
Estar donde estés

parte debido a que el 77 % de las empresas afirman utilizar un sistema de gestión del fraude *online*, siendo el más usado el 3D Secure o CES: sin embargo, contar con este tipo de seguridad hace que algo más del 22 % de los encuestados abandone la compra antes de finalizar. Otros medios para detener el fraude son las listas negras, la geocalización de IPs o las incoherencias en la compra, destaca el informe.

### Fraude

Marc Nieto, *manager Payments & Fraud* de LetsBonus & Living Social, también hizo alusión al fraude en los comercios *online*, más allá del informe mencionado. Un fraude que llega al 0,4 %, aunque está creciendo sobre todo en el punto de venta. El sector servicios es el que sufre un mayor impacto en este sentido. De todas maneras, nuestra tasa es inferior a la de nuestros vecinos europeos, en parte porque nuestro mercado es menos maduro en cuanto a comercio electrónico se refiere, aunque según el experto estamos avanzando “hacia una cierta maduración”. En su opinión, la mejor herramienta contra el fraude es 3D Secure pero los comercios intentan evitarlo por la alta tasa de abandonos que se producen con el mismo. Entre los fraudes de mayor alcance figuran los contracargos, compradores que niegan haber realizado una compra tras quedarse con el envío del comercio. Si el entorno de cobros del comercio no es seguro, quien tiene que asumir el coste es la tienda.

Otro tipo de fraudes puede provenir de las tarjetas robadas, ventas de bases de datos de lotes de tarjetas de crédito o la sustracción de identidad porque, aunque el comprador no tenga tarjeta, pueden acceder a su *email*, comprando en comercios electrónicos en los que el usuario ha comprado antes. Y todo ello sin olvidar el fraude “amigo”, “buenos clientes” que en un momento dado deciden no reconocer una compra.

El experto desvela que entre las mejores herramientas para luchar contra esto figuran el número que aparece detrás de la tarjeta, el *scoring*—sistema de evaluación automática de concesiones de tarjetas de crédito—, AVS —te permite conocer si el usuario sabe dónde llega su factura— y 3D Secure, que representa la

máxima seguridad. Con este medio toda la responsabilidad del fraude recae en el usuario, aunque cuanto más seguridad, menor conversión.

¿Qué herramienta usar? Depende, responde Nieto, en función del riesgo que tenga la transacción, por lo que hay que identificar el riesgo que van a tener las

*“La mejor herramienta contra el fraude es 3D Secure pero los comercios intentan evitarlo por la alta tasa de abandonos que se producen con el mismo”*

mismas, en función de la información aportada: cantidad de transacciones que se realizan con la tarjeta, la oferta que se hace... Y en función del fraude que ha habido en el *e-commerce*.

Aunque también podemos encontrar el comercio no seguro, en el que no se autentica nada y la conversión en las operaciones es mucho más elevada pero el comercio debe asumir el riesgo, apunta Carlos Ibáñez, *business development director* de Cybersource.

Sin embargo, desvela que también podemos trabajar con comercio no seguro pero autenticando la operación.

¿Cómo? La *tokenización* es uno de estos métodos, sistema que protege los datos sensibles de las tarjetas, ya que se basa en la sustitución de los datos confidenciales por otros denominados *tokens*, que permiten mantener la misma operativa. Así, se codifican los datos confidenciales.

Estos datos se almacenan de forma centralizada, garantizando que el dispositivo nunca muestre la información, con el fin de conseguir la máxima seguridad en el proceso de pago.

Entre las ventajas de contar con este sistema figura la agilidad en los pagos, porque para pagos recurrentes el usuario solo tiene que introducir los datos de su tarjeta una sola vez y en compras posteriores únicamente tendrá que confirmar el pago con un solo clic.

### A tener en cuenta...

Ana Sánchez, jefa de finanzas de Leroy Merlin, recomendó a los *e-commerce* entender por qué se genera el fraude, tener más de un proveedor y que el banco sea un experto en comercio electrónico para que te lleve de la mano.

Al tiempo que Eduardo Fiorentini, *risk manager* de Magento, recordó que en los últimos dos años se ha producido un desembarco de nuevos medios de pago, siendo interesantes todos aquellos que nos hagan la compra más fácil. En cuanto a los *wallets*, considera que ninguno despierta y es que los datos apuntan a que solo se utiliza un 15 %.



# La solución de movilidad urbana para profesionales: renting flexible para pymes

*El objetivo de la modalidad de renting que ofrece Northgate como solución para la gestión de vehículos de trabajo, es que las pequeñas y medianas empresas no tengan que pagar por algo que no utilizan o no les resulte útil. La adaptación a las necesidades concretas de cada compañía es un punto clave para Northgate. El renting flexible es la modalidad que más ventajas ofrece para las compañías que necesitan vehículos de trabajo para el desarrollo de su actividad y que buscan la opción más eficaz.*

Una de esas ventajas es la completa capacidad de maniobra que tiene el cliente para contratar los vehículos de su empresa, según sus necesidades y sin compromiso de plazo. De este modo, el responsable o el gestor de flota de una empresa puede aumentar, reducir o cambiar los vehículos de la compañía en función de las necesidades o de su coyuntura profesional en cada momento. Esto se traduce en tranquilidad, al ofrecer a las empresas y profesionales la oportunidad de pagar únicamente por lo que se usa.

Es un hecho real que cada compañía es totalmente diferente, con sus distintos picos de trabajo y con objetivos variables que pueden cambiar a corto plazo. De esta forma, con Northgate, desde un vehículo hasta una flota de vehículos de última generación, todo está incluido: seguro a todo riesgo, vehículo de sustitución ilimitado, mantenimiento e impuestos. Todo esto, además de todas las ventajas fiscales y financieras propias de este tipo de servicio.

Los beneficios del renting flexible no solo se reflejan en la adaptación y la flexibilidad, sino que además con el renting flexible de Northgate para vehículos profesionales, el empresario cuenta con la última tecnología existente en el mercado, siempre en constante evolución, sin sufrir además las incertidumbres sobre la venta futura del vehículo, permitiendo al usuario gestionar sus vehículos con total comodidad. Es decir, permite al empresario o profesional cambiar el vehículo por otro de distinta tipología en cualquier momento o devolverlo en el caso de no necesitarlo, sin ningún tipo de penalización.

No comprometer la liquidez y la capacidad de crédito de la compañía es fundamental para cualquier pyme y eso es justo lo que consigue Northgate. En este sentido, al no tener que



realizar una inversión elevada cada cierto periodo de tiempo para conseguir un vehículo de última generación adaptado a cualquier negocio, también se consigue evitar la depreciación del valor residual de la flota de vehículos de la compañía y mejorar la planificación del gasto de la empresa. De esta forma, el empresario paga única y exclusivamente por los vehículos que están en funcionamiento y no por aquellos que tenga parados.

Además, Northgate está cerca de sus clientes, con 25 delegaciones en todas las comunidades autónomas, incluido islas y más de 3.000 talleres concertados.

La adaptación única y exclusiva que aporta Northgate a sus clientes es uno de sus valores añadidos. Sin duda la flexibilidad es una cualidad cada vez más valorada por las empresas, ya que gran parte de las compañías ya no tienen una estructura rígida, por lo que el renting flexible se convierte en el aliado perfecto, siendo el presente y el futuro para cubrir las necesidades de movilidad.

**Eduardo González de la Rocha,  
Director Comercial de Northgate**

# Los empresarios tienen que jugar un importante papel en la transformación digital

La incertidumbre que estamos atravesando preocupa no solo a José Manuel de Riva, presidente de AMETIC (Asociación Multisectorial de Empresas de la Electrónica, las Tecnologías de la Información y Comunicaciones y de los Contenidos Digitales), sino al mundo empresarial en conjunto. Así lo afirmó en el discurso de inauguración del “Segundo Encuentro de Economía Digital”, celebrado en Madrid. Incertidumbre que, comentó, no debería frenar los logros alcanzados.

*Inma Elizalde*

**EN SU OPINIÓN,** tenemos que aprovechar la revolución digital para diseñar un futuro mejor como país, porque sin ella no ven un futuro prometedor. Por ello, desde AMETIC, imaginan el país que quieren construir para trasladar esa visión a la sociedad, porque no estamos en el lugar que nos correspondería en esta revolución, alejados del resto de Europa y ocupando un puesto de poca relevancia en los indicadores internacionales. El objetivo estriba en ser más ambiciosos en este sentido, dijo. Por ello, desde la asociación aspiran a que la tecnología digital sea una cuestión de Estado, considerando las TIC como un elemento fundamental y para ello defienden contar urgentemente con un marco legal estable para el desarrollo de un mercado *online* de bienes físicos y digitales, fortalecer las industrias TIC y a partir de infraestructuras de telecomunicación de calidad, ir apilando las capas de conocimiento y servicios para lograr la transformación digital.

## El papel de las pymes

El presidente de la CEOE (Confederación Española de Organizaciones

Empresariales), Juan Rosell, también abogó por el importante papel que tienen que jugar los empresarios en este proceso, a los que los avances tecnológicos afectan en gran medida en la manera de trabajar, algo que les está ocasionando un gran esfuerzo del que no pueden desviarse. En este sentido, resaltó la necesidad de ir al mismo ritmo que el resto de países europeos o incluso de EE.UU., o el área de Asia-Pacífico, que nos llevan mucha ventaja.

*“La transformación digital es la unión del mundo físico con el virtual para hacer una industria más inteligente”*



Pero esto tiene sus pros y sus contras para Rosell, ya que si bien pronostica que vamos a generar más empleo, también dice que vamos a destruirlo y como ejemplo puso a las pymes estadounidenses, que durante el último año han generado, las digitalizadas, poco más de 500.000 puestos de trabajo. “Este es un sector en el que debemos intensificar los procesos de digitalización, ya que está comprobado que las pymes digitalizadas son capaces de doblar el porcentaje de exportación de aquellas que no lo son”, subrayó.

## La transformación

Pedro Nueno, profesor del IESE Business School, y presidente ejecutivo de la Escuela Internacional de negocios China-Europa, hizo referencia al poder transformador del sector TIC. Un mundo

en el que para la salud digital es el más adecuado a la hora de tratar enfermedades crónicas, aliviándose en gran medida las listas de espera.

El mundo de la banca, por su parte, prevé eliminar un gran número de sucursales, ya que cada día se opera más por Internet, al tiempo que están surgiendo un gran número de *start-ups* relacionadas con los servicios financieros. Por ello, comentó que todavía no tienen muy claro si los bancos del futuro van a ser las *fintech* o Facebook, LinkedIn, Twitter... en definitiva, la oficina bancaria es el móvil y quien controla el proceso es Google, dijo. El *e-learning* es otro de los sectores que está creciendo en gran medida, y todo ello sin olvidar el *carsharing*, el *apartment sharing*..., mientras ya se habla del coche que no necesita conductor, aunque el coche eléctrico no ha conseguido la penetración esperada.

Sin embargo, le llama la atención que no se implanten a la misma velocidad en todo el mundo y como ejemplo pone África, donde se utiliza más el *e-banking* que en España, ya que allí no hay sucursales bancarias.

Y, aunque dice que todo esto no acaba de llegar... al final llegará... sobre todo con la gran incorporación de los *millennials* a las empresas.

### La necesidad de digitalizar la industria

La transformación digital es la unión del mundo físico con el virtual para hacer una industria más inteligente. Esta es la definición que hacía Begoña Cristeto, secretaria general de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, para, posteriormente, asegurar que la misma también incide en una mejora de los procesos productivos, transformando, sobre todo, nuestros modelos de negocio.

Reconoce que en la Administración son conscientes de esta evolución y que la industria tiene que utilizar tecnología que nos permita convertir la información que nos dan las cosas en datos digitales, herramientas que nos permitan esa comunicación y aplicaciones de gestión empresarial que hagan esa industria inteligente.

Reveló que desde el Ministerio de Industria, Energía y Turismo han trabajado en llevar a cabo la estrategia nacional de la industria conectada 4.0,

### A tener en cuenta

- La digitalización es una necesidad para Europa si queremos volver a la recuperación sostenida.
- En 2025 Europa podría añadir un valor bruto a su industria de 1,25 millones de euros gracias a la digitalización, más del 10 % de nuestra base industrial.
- En el sector de la salud hay que cambiar el modelo asistencial. El modelo del futuro pasa por que a las personas se les de los mismos servicios pero con dispositivos biométricos, teleasistencia, canales web...Un mundo en el que el paciente sea el centro y disponga de sus datos médicos.
- Los profesionales demandan un liderazgo político que tome decisiones para llevar a cabo una estrategia nacional basadas en las TIC.
- En Europa la industria será digital o no será.
- La digitalización no es un fin, es un viaje para dar un mayor valor al cliente.
- Las pymes están ante una situación de partida para poder aprovechar esta oportunidad.
- Hay un grado de digitalización medio-grande por parte de las pequeñas y medianas empresas.
- La digitalización supone una gran oportunidad para las pymes a la hora de competir con los grandes, aunque necesiten ayuda.
- La digitalización es una oportunidad para muchos trabajadores porque se están creando nuevos empleos, aunque lo vean como una amenaza. Solo será una amenaza si no somos capaces de reconvertirnos.
- Sin financiación no hay capacidad de innovación.

con la que se pretende incrementar el valor añadido y el empleo en el sector industrial, desarrollar la oferta local de soluciones digitales y palancas competitivas. Y, aunque el Gobierno sea un ejecutivo en funciones, afirma que no han parado de trabajar.

Entre las acciones que han llevado a cabo resalta el desarrollo de una herramienta de autodiagnóstico para saber si una empresa está o no digitalizada, así

como un programa por el que dos consultores acudirán a las empresas con el fin de que analicen su cadena de valor, estableciendo una hoja de ruta. Y todo ello sin olvidar su línea de ayudas, con 97 millones de euros para las empresas que quieran transformarse digitalmente.

### La importancia del talento en las competencias digitales

El talento está adquiriendo un reconocimiento muy determinante en el éxito empresarial, por ello José Manuel Más, director ejecutivo de Banca de Empresa de Caixabank, considera que o hay talento o las empresas no sobrevivirán. El problema es que a medida que entramos en un mercado tecnológico, escasea más. Por ello, recomienda comprometerse con el mismo, motivarle, porque si no optará por pensar exclusivamente en la seguridad en el puesto de trabajo, en un momento en el que la tecnología está cambiando las reglas del juego, con una automatización de los puestos de trabajo.

¿Qué tipo de talento necesitamos? El que nos permita no ser sustituidos por robots: un trabajo flexible, crítico para resolver situaciones y colaborativo para resolver problemas complejos.

En el caso de las pymes, Natalia Basterrechea, directora de Asuntos Públicos de Facebook, reconoce que hay problemas para la retención de este talento, escaso en número, a pesar de estar muy por encima de la media europea de jóvenes con postgrado, pero muy pocos están empleados, recuerda. La realidad es que más de 800.000 puestos de trabajo se quedarán sin cubrir en el año 2020.

Y es que, como recuerda Esperanza Ibáñez, *manager* de políticos y asuntos públicos en Google, los empleados son quienes tienen las semillas para innovar, mientras las empresas necesitan que las personas den respuestas a los riesgos de manera rápida y las empresas digitalizadas lo hacen mejor que las que no lo están, aunque todavía el 77 % de las compañías carecen de las competencias digitales clave para esa transformación digital.

¿Cómo avanzar? Con un entorno normativo que aporte seguridad jurídica y política pública para innovar, la transformación digital de las Administraciones Públicas y la educación en tecnología desde las edades más tempranas.

# Pautas para ser un buen líder empresarial



**UNO DE LOS** elementos fundamentales pasan por entrenar la comunicación si se desea tener una alta rentabilidad, porque con ella estaremos entrenando la efectividad, la eficiencia... “Podríamos compararlo con el efecto levadura”, afirma Susana de los Reyes, socia y directora de formación de Goose Talent, “ya que hace que el resto de competencias adquieran un mayor valor”. Y es que, tal y como apunta, la comunicación es la competencia más adquirida en el mundo empresarial. ¿Cuál es el objetivo principal del líder en cuanto a la comunicación? Influir, responde. Aunque otros aspectos clave de la misma pasan por comunicar para ser atendido, conectar para adquirir notoriedad o convencer para conseguir prestigio o reputación, por poner algunos ejemplos.

Pero un discurso para ser creíble tiene que tener un para qué, prosigue Susana de los Reyes. Tiene que tener una emoción al transmitirlo y en esta emoción tienen que estar conectadas la emoción de las palabras con la emoción que el emisor expresa, ya que advierte que cuando el objetivo, la emoción y las palabras no están conectados, se produce un impacto que no es el que esperamos.

Las empresas tienen que afrontar varios retos en este momento: la transformación digital es una realidad que hay que llevar a cabo, teniendo que aprender a gestionar al mismo tiempo el talento, sobre todo con la incorporación de los *millennials*. Compañías que tienen su cordón umbilical con la empresa tradicional pero deben apostar por un cambio que tienen que enarbolar los buenos líderes. Personas cuyo reto reside en cómo manejen esta incertidumbre y complejidad. Estas son algunas de las conclusiones extraídas en Expocoaching 2016, celebrado en Madrid.

Inma Elizalde

Y, aunque todos los líderes influyen, la experta se pregunta si todos lo hacen como quieren. Una de las claves para lograrlo es poner el foco en la oratoria, aconseja, y dar la explicación más clara, sencilla y breve. También se puede liderar a través de la empatía, confirma, pero para ello se tienen que comprender las razones, las peticiones, los

objetivos del otro... La escucha es un tercer elemento de liderazgo, una escucha en la que te involucras, no enjuicias, esperas los turnos para hablar y no te distraes. Aunque recuerda que también hay que sintonizar, generar confianza, crear un clima en el que sea posible la comunicación... Y todo ello sin olvidar la comunicación

no verbal, también interpretada por nuestro cerebro. Por esta razón, Susana de los Reyes aconseja que si no quieres que algo se sepa, ni lo pienses...

### La fuerza de la determinación

Los buenos líderes necesitan, además, contar con habilidades como un continuo aprendizaje, compromiso y determinación, prosigue Pilar Jericó, presidenta de la consultora Be-Up, sobre todo esta última —esa actitud que nos permite conquistar nuestros sueños—, ya que según Jericó, “es uno de los elementos más importantes en nuestro desarrollo personal y profesional”. Pero para que la determinación despierte, hay que despertar la conexión con el deseo genuino, menciona, con lo que desees, con lo que te hace vibrar... el problema es que esto te va a hacer conectar con el miedo, asegura. ¿La conjunción perfecta? El deseo genuino más la convicción, es decir, el trabajo, aunque reconoce que por nuestra educación, el deseo se ha visto marcado. “Hay muchas decisiones que no tomamos porque no están dentro de nuestro marco mental”, observa, “y esto nos va mermando”. “Tenemos el deseo de ser nosotros mismos y tenemos que darnos permiso para ser como queremos”, sostiene.

“Esto tiene que ver con acabar situaciones que no nos gustan para empezar otras”. El ejemplo que pone hace sentirse a más de uno identificado con la situación: trabajos en los que uno se deja la piel pero luego llega a casa y se autoboi-cotea. Sin embargo, no cambiamos esta situación porque nos da miedo. ¿Qué hacer para salir de esto? Aumentar nuestra determinación o neutralizar el miedo, aconseja.

Esta experta en liderazgo apunta a que el

*“La determinación es ayudar a nuestros clientes a encontrar algo poderoso...”*

mundo del “debería” es el que más daño nos hace: las denominadas “lealtades ocultas”, cuando hacemos lo que hacemos por los demás. Algo que también nos puede ayudar es tener una mentalidad de crecimiento, tomando como aprendizaje aquello que nos sucede.

En el mundo empresarial penalizan situaciones en las que te consideras un mandado y por lo tanto no utilizas tu deter-

minación, prosigue. Cuando das más importancia a recibir solo órdenes no hay determinación, manifiesta. Por lo tanto, lo que debe hacerse es, según Pilar Jericó, identificar qué es lo que nos hace vibrar, aprender a decir que no a situaciones que no nos gustan y pensar que hasta del sufrimiento podemos beneficiarnos.

Pero para buscar la salida adecuada hay que hacer pequeñas demos para ver qué va sucediendo, a medida que vamos

haciéndolo, señala. “La vida te responderá porque aunque a priori nunca sabes dónde está el éxito, la actitud experimental te ayuda”, sentencia.

También es importante seguir nuestra intuición, dice, y ser perseverante, teniendo claro lo que deseamos y yendo a por ello, definiendo estrategias que ajustaremos cuando nos encontremos ante una

situación difícil para encontrar la solución adecuada. Y todo ello trabajando nuestras fortalezas para convertirlas en excelentes.

La solidaridad también es fundamental en todo este proceso, apunta, ya que cuando encontramos un para qué hacer las cosas, encontramos la fuerza.

En definitiva, concluye, “la determinación es ayudar a nuestros clientes a encontrar algo poderoso...”.



## El líder como catalizador del cambio en las empresas

La forma de ejercer el liderazgo es algo que está haciendo cambiar a las empresas pero para José María Sánchez, director general de Prodware España y vicepresidente del Grupo francés Prodware, hay una gran diferencia entre el gerente de las mismas y el líder, siendo el primero el que gestiona el negocio, mientras el segundo está más relacionado con la capacitación, a lo que Amanda Palazón, directora del Instituto de Mercadotecnia y *Management*, añade que el líder ahora tiene que coordinar, impulsar, gestionar la diversidad. Es más, añade que las compañías que están triunfando son aquellas en las que sus líderes son transformadores. Más poético se muestra Roberto Whyte, CEO de Goose Talent Institute y del Grupo Samana, con la definición del líder: “el profesional pendiente de ganar la guerra, que no se frustra cuando pierde alguna batalla”.

¿Qué aspectos tienen que cambiar los mismos para convertirse en catalizadores del cambio? Contar con una formación continua, trabajar en las creencias, en nuevos hábitos, rompiendo paradigmas... responden Sánchez y Palazón, mientras Whyte apunta a la necesidad de potenciar el corazón del mismo, porque considera que a un líder le cuesta hablar con la empatía y puede dejarse llevar por la presión del sistema. Por ello pone en valor el corazón y las emociones, elementos con los que se puede avanzar, asegura.

En este sentido, los beneficios del *coaching* en las empresas son enormes, apuntan los tres ponentes. José María Sánchez resalta las posibilidades que el mismo da para conocerse más en unas organizaciones que van cada vez más rápidas. Amanda Palazón destaca la manera de trabajar, tanto a la hora de conseguir líderes que empujen al equipo como a la hora de eliminar incapacidades como el miedo que paralizan proyectos. Con el *coaching* esto se puede desbloquear y los proyectos tener éxito. Algo en lo que también hace hincapié Roberto Whyte, sobre todo teniendo en cuenta que en el año 2020, según la Organización Mundial de la Salud, la primera causa de baja laboral será el estrés, algo que las grandes multinacionales conocen y para



lo que están implementando estructuras de *coaching* en sus compañías. Y es que, tal y como comenta, el *coaching* reduce las distancias entre quienes somos y las estrategias que desarrollamos en nuestro mundo profesional. Y todo ello sin olvidar que a través del mismo los profesionales que trabajan juntos acabarán viéndose de otra manera.

*“La forma de ejercer el liderazgo es algo que está haciendo cambiar a las empresas”*

¿Por qué es conveniente hacer un cambio de cultura organizacional en las empresas? Porque hay una inercia en las mismas para que las cosas no cambien, responde Whyte. “Buscamos seguridad y no nos gusta salir de la zona de confort. Desde esa visión del rol del líder hay que mirar desde donde no miran otros y trabajar para que se produzcan los cambios organizacionales para los resultados de la empresa de mañana”.

Y sobre todo, tal y como destaca José María Sánchez, porque las organizaciones están viviendo momentos convulsos con la incorporación de los *millennials*, la transformación digital... todo está cambiando rápidamente pero se necesita una adaptación y todo ello se tiene que ir gestionando. El *coaching* puede ayudar a ello en gran medida.

Y entre los retos que las organizaciones tienen que afrontar figuran, según los tres ejecutivos, la diferencia que hay entre las compañías que tienen que ir creciendo rápidamente y las que no lo hacen o las necesidades que hay que cubrir para la gente muy talentosa, que se puede ir si no se les ofrece lo que necesitan, por poner algunos ejemplos. En definitiva, se necesitan líderes de equipos adaptativos y el *coaching* ayudará a estos profesionales, y al resto, a perder el miedo a tomar determinadas decisiones.

La ventaja que tienen las pymes, reconoce Roberto Whyte, es que tienen mucha movilidad. La desventaja, que a veces pierden el control y el sentido de hacia dónde van y dónde están, finaliza.

# Carflex: flexibilidad instantánea para los negocios

*Nuestro país siempre se ha caracterizado por un tejido empresarial principalmente de pymes. De hecho, según informes del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, el 45% de las compañías inscritas en la Seguridad Social a diciembre de 2015 eran pequeñas y medianas empresas. Estas cifras son un indicativo de la importancia que tienen para nuestra economía. Por ello, las entidades que ofrecemos servicios fundamentalmente para ellas, debemos adaptarnos a sus tiempos, necesidades y proyectos, ofreciendo soluciones flexibles y prestaciones complementarias a su negocio.*

**T**odos los sectores son conscientes del cambio que han vivido las pymes, pues sus exigencias han ido modificándose a lo largo de los últimos años. El renting es un ejemplo de esta adaptación, pues como solución a las necesidades de movilidad empresarial, no sólo les ofrecemos un vehículo, sino que ponemos a su disposición prestaciones más personalizadas a los proyectos de sus empresas, a los picos de trabajo, a la movilidad en definitiva y por supuesto 365 días al año. Y continuando en esta línea, esta fórmula de alquiler a largo plazo ha dado un paso más al poner a disposición de las pequeñas y medianas empresas un servicio de alquiler flexible, que les permite ampliar o reducir el número de vehículos según las necesidades puntuales de su compañía.

Hay momentos en los que se requiere mayor cantidad de coches para dar respuesta a una demanda puntual de trabajo. Estas situaciones son circunstancias más comunes de lo que imaginamos: el verano con el aumento de las peticiones de aire acondicionado, el incremento de servicios de restauración o simplemente, obras que requieren de un mayor número de personal y por tanto, de desplazamientos.

En todos estos casos y para todas las pymes, el vehículo se convierte en una herramienta de trabajo de un valor incalculable. No sólo permite a sus empleados desempeñar sus funciones, sino que en estos desplazamientos está parte del negocio de la pyme, es decir, la rentabilidad de la empresa. Por estos motivos, optar por alquilar vehículos por períodos de tiempo, corto o largo, es una alternativa muy valorable, pues desde tres meses se puede contratar este tipo de servicios. Facilitarles un vehículo para un momento concreto, para una necesidad puntual es nuestro objetivo fundamental. Así, no sólo se contrata a partir de tres meses, sino que la devolución se adapta perfectamente al cliente,



siendo él quien decide cuándo hacerlo, y además, él también es la persona que decide si amplía o reduce el número de vehículos alquilados.

De esta manera, el vehículo se convierte en un servicio complementario a su negocio habitual. Nos encargamos de poner a su disposición un coche para que su proyecto se convierta en realidad y de la manera más eficaz y eficiente posible. El alquiler flexible se convierte en una buena opción, en una alternativa rentable y personalizada.

En definitiva, contar con un servicio de alquiler flexible se convierte en una garantía para el día a día de su compañía, pues aporta flexibilidad al instante para su negocio. Sea donde sea y por el motivo que sea, contará con un vehículo durante el tiempo que su proyecto empresarial lo requiera.

[www.carflex.es](http://www.carflex.es)

**Jesús Domínguez, director de Carflex, división de alquiler flexible de ALD Automotive**



## El *renting* de vehículos cada vez **más flexible** para dar **mayores facilidades** a las pymes

La cultura de la propiedad, muy arraigada en España, también afecta al sector del *renting* de vehículos, ya que hay cerca de dos millones de empresas que disponen de vehículos en propiedad y no son clientes de compañías de *renting*. Un amplio nicho “por atacar” para las compañías de *renting* que ven cómo van incrementando su penetración en el mundo empresarial, en parte, por las facilidades que están dando. El *renting* flexible es una de las modalidades que están incorporando y que más aceptación están teniendo, hasta el punto que, según un estudio de la AER, las pymes estarían dispuestas a pagar un 10 % más en su cuota por este servicio.

Inma Elizalde



Alicia Gálvez, directora comercial y de marketing de Alphabet

*“Alphabet dispone de un nuevo cotizador que permite la contratación online en menos de cinco minutos”*

**LA TRAYECTORIA DEL *renting*** en nuestro país cuenta con algo más de dos décadas. Con la Asociación Española de *Renting* liderando el sector, su presidente, Agustín García, comenta que cuando la misma nació tan solo representaban el 2 % sobre las matriculaciones, alcanzando hoy el 16 %. Un salto cuantitativo muy importante, reconoce. Al tiempo que recuerda que, en estos inicios, la AER se dirigía a multinacionales y grandes empresas españolas. La evolución llevó al sector público a interesarse por esta modalidad en 1995, profundizando más en la gran empresa hasta el año 2000. Hoy las pymes son el “caramelo” que todos desean.

Los resultados no pueden ser más esperanzadores, según los últimos datos aportados por la AER, que indican que en el primer trimestre de 2016 el canal de empresas, al que más se dirigen, ha crecido, en relación al primer trimestre del año anterior, en más de un 27 %. El canal de empresas del resto de vehículos que no son de *renting*, en torno al 14 %, creciendo en torno al doble. Si lo comparamos con lo que han crecido las matriculaciones en España, dice Agustín García, ha sido en torno al 7,37 %. Esto hace desear a García que estos resultados sigan repitiéndose en el futuro. Sin embargo, comenta que siempre se empieza el año mejor de lo que se acaba. En este sentido dice que el canal de empresa podría continuar a este ritmo a lo largo del año, aunque hay determinadas operaciones que se producen más en el primer trimestre que a lo largo del año. Las previsiones que hay desde el punto de vista de matriculaciones son de 170.000, en torno al 5 % si hablamos del parque de vehículos. La sensación de Alicia Gálvez, directora comercial y de marketing de Alphabet, apunta en la misma dirección, al tiempo que señala a la inestabilidad política, un hecho que puede ralentizar el sector en el segundo semestre del año, haciéndolo un poco más lento, “siendo muy probable que estos crecimientos se vayan estabilizando y veamos cifras más razonables de crecimiento a final de año”.

### Flexibilidad

Aunque la inestabilidad política también puede ayudarles. Este es el caso de Northgate, tal y como reconoce Eduardo González, su director comercial: al estar especializados en el *renting* flexible, en el que no hay un compromiso a largo plazo, adaptando el vehículo a las necesidades que tenga en la empresa. Esto hace que sus expectativas de crecimiento sean muy buenas para este año, aunque si la economía se reactiva de nuevo, las expectativas seguirán siendo excelentes ya que *startups* y emprendedores también comienzan su actividad empresarial con vehículos de *renting* flexible. Una modalidad que comparte Carflex, división de alquiler flexible de ALD Automotive, y de la que Jesús Domínguez, su director, dice, va muy ligada a la actividad: “a medida que el negocio de las compañías crezca y se

*“En el renting tradicional más de un 90 % de los clientes estrenan coche”*

intensifique, el *renting* flexible es un producto que tiene mucho tirón. En ese efecto de incertidumbre nosotros nos aprovechamos porque las compañías se hacen más temerosas a la hora de entrar en contrataciones a largo plazo, hasta que vean más favorable la situación”.

¿La diferencia entre un producto fijo y flexible? Coger el coche cuando lo necesitas, con todo cubierto: servicios, vehículo de sustitución... garantizando la movilidad total pero sin obligaciones en cuanto a la duración del contrato. No hay cancelaciones ni penalizaciones por cancelación, teniendo los coches que se necesiten en función de la actividad, lo cual es una tranquilidad para aquellas compañías que no tienen la certidumbre absoluta de cuál es su actividad para los próximos tres o cuatro años, que es lo que normalmente obliga a mantener un producto cerrado. Esto les está haciendo ganar muchos adeptos.

Esto forma parte de la evolución del *renting*, que empezó siendo rígido hace 20 años, tal y como reconoce García, con contratos a plazo fijo, para pasar en este momento a un *mix* en el que las empresas contratan parte a un plazo determinado fijo y otra parte a un plazo flexible, incorporando asimismo el *carsharing* corporativo, para dar soluciones de movilidad, recuerda. Sin embargo, el presidente de la AER considera que el coste no es el mismo: si alguien contrata un producto a cuatro años y se compromete a devolverlo al final de los cuatro años, va a tener un coste. Además, en el *renting* tradicional más de un 90 % de los



Agustín García, presidente de la Asociación Española de Renting

clientes estrenan coche, sin embargo a los usuarios del *renting* flexible no les preocupa tanto esto como que se les facilite la movilidad.

Desde Northgate, Eduardo González discrepa en un matiz, “el coste no es mayor sino la cuota, una mayor tarifa de inicio de entre un 5 y un 10 %. Pero si miramos el cómputo total de los costes para una empresa que no tiene una actividad permanente en el tiempo, no tiene que incurrir en unos costes de penalización, que pueden llegar hasta el 50 % de las cuotas pendientes”. Por ello recomienda hacer a cada cliente un estudio y, en función de sus necesidades, evaluar la fórmula que más le convenga.

Y es que, tal y como Jesús Domínguez apunta, la pyme va a comprar cada vez más soluciones de movilidad, soluciones de uso en sus necesidades de flota. Por ello, opina que lo que hay que hacer es un asesoramiento consultivo adecuado al cliente, porque habrá momentos donde el producto de *renting* cerrado, con una cuota final, sea más atractiva en precio. Aunque habrá clientes que convivan con las dos modalidades: fijo y flexible. En su opinión, “en este momento es preferible que el cliente asuma un coste mayor por la incertidumbre y ante esto es mejor que las empresas de *renting* vayan teniendo soluciones de movilidad amplias porque el mercado va a evolucionar de manera muy notable y diferente a los modelos que conocemos y los clientes van a buscar soluciones de movilidad y uso en sus necesidades de flota, más allá de los productos encasillados.



Jesús Domínguez, director de CarFlex, división de alquiler flexible de ALD Automotive

## Labor de consultoría

Y es que la consultoría de las empresas de *renting* es otra de las características que más se están dando en el sector. Domínguez reconoce que hay que realizar una labor enorme en este sentido, comunicar a la pyme las connotaciones del *renting* flexible, sus ventajas desde una visión no destructiva del *renting*, ofreciendo esta movilidad flexible para aquellas necesidades de las pymes donde la incertidumbre o la indefinición en el kilometraje o en el proyecto aconsejen este producto. En definitiva, una labor de pedagogía, tal y como apunta Alicia Gálvez, que también hay que realizar sobre el resto de actores, como concesionarios o bancos, que orientan a las pymes hacia una u otra solución de movilidad pero a veces esta no es la mejor para un determinado cliente en ese momento. También alude a una simplificación de los procesos de contratación, un equipo personalizado y a la digitalización como un canal importante en este sentido, volcando en el mismo toda la información que las pymes están buscando. Un buen ejemplo sería el nuevo cotizador que ya se encuentra disponible en la web de Alphabet.

## Ahorros y ventajas

¿Qué ahorros podemos encontrar? Si hablamos de *renting* fijo el ahorro gira en torno al 20 %. Si a esto añadimos que podemos, en un determinado momento, necesitar devolver el vehículo, se pueden disparar los ahorros considerablemente, sin olvidar que los costes de mantenimiento, neumáticos,

*“La pyme va a comprar cada vez más soluciones de movilidad, soluciones de uso en sus necesidades de flota”*

seguros, matriculación, el impuesto anual... ya están incluidos.

Y todo ello sin olvidar las ventajas fiscales. La cuota es 100 % deducible, el IVA correspondiente también es deducible en al menos un 50 %, un porcentaje que se incrementa si se puede demostrar una mayor afección del vehículo a la actividad profesional. Además de la tranquilidad, el control y el ahorro que ofrece al cliente, ya que el cliente puede seguir centrado en su negocio.

## Ayudas

A pesar de todas estas ventajas, en España siempre se tiende a acudir a las ayudas. Estas son las mismas que pueda tener una persona que vaya a comprar un coche particular. Sin embargo, desde la Asociación Española de Renting están luchando porque el Plan PIVE incluya también a este sector. Su presidente, Agustín García, dice que todavía no se ha incorporado al *renting* porque buscan que los beneficiarios de las ayudas sean los clientes de las compañías de *renting*, aunque también comenta que el PIVE sirve para comprar un vehículo a nombre de un titular, por lo que aunque el *renting* estuviera incorporado las compañías enfocadas a esta modalidad, solo podrían beneficiar a un vehículo al año. Por ello piden a la Administración que cambien la norma para que el beneficiario sea el cliente.

## Vehículos eléctricos

La penetración de vehículos eléctricos es muy baja en nuestro país: de cada 1.000 que se matriculan 1,2 son eléctricos, sin embargo las empresas de

*renting* ya están incorporando esta oferta a sus flotas. Desde Northgate se reconoce que es espectacular la progresión de la demanda que la misma ha tenido en los últimos meses. Eduardo González comenta que están viendo una aceleración en las contrataciones por parte de todas las compañías, ya no solo en fórmulas fijas sino también en las flexibles. Esto ha hecho que desde su empresa se dé la opción de contratar furgonetas pequeñas en *renting* flexible, algo que está teniendo una gran aceptación, sobre todo por parte de las empresas de movilidad urbana o de logística.

Esta es una opción por la que desde Alphabet se apostó desde el primer momento, reconoce Alicia Gálvez, lo que ha servido para que un 25 % de las operaciones que se hacen en el mercado en este sentido las realice Alphabet, no solo con furgonetas sino también con turismos que también incorporan en flexible. Es más, a los clientes que no están convencidos y tengan más reticencias les ofrecemos la posibilidad de vivir una experiencia de movilidad eléctrica durante un periodo de uno a tres meses. Este producto es ElectricDiscovery, y con él se facilita hasta el punto de carga. De esta



manera podrán comprobar si el vehículo eléctrico se adapta a su negocio. Y todo ello sin olvidar otra modalidad: el *carsharing* —coche compartido— para empresas. Un servicio que por primera vez Alphabet lanza en la Torre Iberdrola de Bilbao, para compartir vehículos entre las 37 empresas de la Torre.

Las diferentes compañías participantes en este debate reclaman un mayor papel por parte de la Administración Pública en el ámbito de las ayudas y la incorporación de concursos, todavía escasos, así como una continuidad en las ayudas porque sin ellas será más difícil introducir este tipo de vehículos, algo en lo que coincide el presidente de la AER, aunque asegura que la dotación de las mismas es mayor en nuestro país que en otros de la Unión Europea. Otro aspecto que se debería reforzar son los puntos de recarga, tal y como apunta González, ya que hay una gran falta de este tipo de infraestructuras, sobre todo en las grandes ciudades, advierte.

### El renting y la digitalización

¿Cómo se está adaptando la digitalización al sector del *renting*? Esto es algo por lo que todas las empresas apuestan, reconocen, especialmente

*“Ofrecemos la posibilidad de contratar furgonetas pequeñas en renting flexible, algo que está teniendo una gran aceptación”*

por la telemática, por las grandes ventajas que la misma aporta ya que si hace unos años estábamos en la era de la información, ahora estamos en la gestión de la información. Y es que no en vano las empresas de *renting* cuentan con alrededor de unos 50.000 vehículos y la información de todos ellos durante muchos años, lo cual les permite afinar mucho más a la hora de establecer una adecuada relación con sus clientes y en cuanto a costes que puedan repercutir o no a los mismos. Es más, como un punto adicional a su favor podemos decir que estas compañías son pioneras en contar con software que todavía no facilitan los fabricantes de vehículos. Y es que la telemática les permite, con pequeños dispositivos, prever y anticipar en muchas situaciones las necesidades de mantenimiento e incluso el comportamiento y actitudes de los conductores, localizar los vehículos... ayudándoles a ser más eficientes y trasladar esta eficiencia a sus usuarios. Sin olvidar las *apps* con información de gasolineras, precios de combustibles, revisiones por las que tienen que pasar, el taller que hay por su zona... Es una realidad que está empezando pero en unos años será una *comodity* que tendrán dentro de sus servicios. En definitiva, una gran cantidad de potentes herramientas con las que pretenden que el cliente tenga todo inmediatamente en cuanto a servicios, aunque siempre podrán llamar a las compañías porque hay una parte de personalización para los clientes que lo demandan. Incluso en Carflex, Domínguez asegura que quieren poten-



Eduardo González, director comercial de Northgate

ciar que sus clientes puedan contratar a través de la web. Alphabet ya dispone de este servicio en su web, un nuevo cotizador que permite la contratación *online* en menos de cinco minutos. Sin embargo para Northgate la venta es una venta consultiva, por lo que prefieren una visita y un acompañamiento al cliente, ya que desde que contactan con el cliente hasta que este se decide, puede pasar un año, sobre todo en provincias más pequeñas, afirma su representante.

### El papel de los millenials

La figura del “*millenial*” como transformador de la empresa también podría llegar a dar un vuelco a la manera de utilizar el *renting* y si bien Eduardo González, director comercial de Northgate, considera que estos todavía tienen que ocupar puestos de gestión en las empresas, representan un gran potencial, pero todavía en ciernes. Momento que llegará y tal y como apunta Jesús Domínguez, director de Carflex, división de alquiler flexible de ALD Automotive, “los jóvenes cada vez tienen más tendencia al uso, va a haber un gran cambio de mentalidad que va a afectar al fabricante y a su modelo de comercialización particular pero también a las compañías de *renting* para tener que cambiar ese futuro que va a llegar, por lo que se debe cambiar de mentalidad porque el consumidor es diferente al que hoy nos está contratando, con distintas necesidades y diferentes valoraciones de la movilidad”, puntualiza.



# Eurocloud:

“Uno de los retos del *cloud* pasa por mejorar la resistencia de muchos departamentos internos de TI”

Seis ediciones de Eurocloud Expo han convertido a este evento en un referente en el sector. La última, en Madrid, reunió a más de 1.400 visitantes que han aprendido, de la mano de 25 empresas e importantes ponentes, entre otras cosas, la importancia de defender la seguridad, la integridad y la privacidad de los datos, así como todo lo referente a la tendencia de este año: la nube híbrida. En esta entrevista, Ignacio Carrasco, secretario general de Eurocloud España nos habla sobre las ventajas de la misma y los retos del *cloud* y de la Asociación, entre otros temas.

**Tras seis ediciones, ¿cómo considera que han sido tanto la evolución del evento como del perfil de los asistentes?**

Al principio no dejaba de ser un *networking* en el que intentábamos dar a conocer los productos y servicios entre los propios asociados. Pero el evento ha evolucionado cuantitativa y cualitativamente, creciendo en número de patrocinadores y de visitantes, doblando sus resultados en cada edición.

De cara a 2017 debemos seguir pensando en cómo dar una nueva “vuelta de tuerca” para seguir promoviendo un evento que marque tendencia en el sector. Nada fácil, si tenemos en cuenta que es un sector muy innovador, pero con la colaboración de los asociados, estoy seguro de que lo conseguiremos.

**¿Cuáles son los principales retos que tiene que afrontar el *cloud* en los próximos años?**

El control efectivo y pérdida controlada de gobernanza, ya que al utilizar las infraestructuras en la nube, el cliente necesariamente cede el control de una serie de cuestiones que pueden influir en la seguridad de procedimientos, no



Ignacio Carrasco, secretario general de Eurocloud España

en la del sistema, y deben estar recogidos en los acuerdos de nivel de servicio para que se incluyan en la prestación de dichos servicios por el proveedor en nube.

En segundo lugar, y aunque suene paradójico, la resistencia al cambio de muchos departamentos internos de TI que deben, forzosamente, evolucionar.

**¿Y sus principales retos como asociación?**

Seguir creciendo, prestar más servicios al asociado, difundir y promover el *cloud* como factor de competitividad y seguir evolucionando con las distintas tecnologías que están debajo de la capa de *cloud*, y que no podrían existir si el *cloud* no fuera una realidad como el *big data*, industria 4.0, Internet de las Cosas, etc.

**Han creado la comisión de expertos de transformación digital y desmaterialización, que pretende desarrollar el proceso de transformación digital en el entorno empresarial. ¿Qué medidas van a tomar en la misma? ¿Cómo prevén este proceso de transformación digital en la pyme?**

Las comisiones están diseñadas para debatir y analizar las necesidades de los clientes y demandantes del servicio, así como los medios y servicios de los proveedores. No son órganos decisores sino asesores. Son grupos compuestos por asociados, entidades, clientes, proveedores e instituciones cuya misión es desarrollar documentos de trabajo,

estudios de mercadotecnia, “whitepapers”, códigos de actuación y contratación, contenidos de formación, tendencias de mercado, iniciativas normativas y cualquier tarea que suponga un adecuado ajuste y mejora entre oferta y demanda, con el objetivo de servir a la sociedad digital. El proceso de transformación digital es eso, un proceso, y no un salto o ruptura, aunque la tecnología sí que lo sea.



**¿Cuáles considera que son las medidas más urgentes que tendría que poner en marcha la Administración en materia cloud?**

Las urgencias no son buenas. Las medidas acertadas pasan por una adecuada estrategia. Se han redactado en la legislación, medidas de contratación, de procedimiento, informativos, atención al ciudadano, pero aún falta que no se aplacen ni se demore su puesta en marcha. Es preferible una tasa de fallos tolerable a una paralización. Aquí también entra la reticencia de muchos, e incluso la falta de mecanismos de financiación y subvenciones sobre este tipo de servicios, que no es una compra de un tangible amortizable. No solo es problema de la AA.PP. española, también de la europea.

**Algunas voces afirman que este será el año del despegue definitivo del cloud en España. ¿Qué opinan al respecto y qué hará que esto ocurra?**

Lo que pase este año será efecto de lo que se haya desarrollado en años anteriores. Nadie podrá acometer su salto al cloud si antes no ha planteado cómo hacerlo y lo que implica en los procesos internos de su empresa. Es evidente que las ayudas de Red.es sobre el llamado “cheque cloud” ayudarán, pero más que en términos económicos absolutos. en efecto “mancha de aceite”.



**¿Cuáles son los sectores que más deberían mejorar en esta materia?**

Sobre todos aquellos que tengan necesidad de interactuar con muchos proveedores o clientes, así como los que demanden elevadas tasas de movilidad y los que su futuro pase por el Big Data o el Internet de las Cosas.

*“Nuestro principal reto pasa por seguir evolucionando con las distintas tecnologías que están debajo de la capa de cloud”*

**¿Sacan las pymes españolas el máximo partido al cloud? ¿Qué marca la diferencia entre nuestro**

**país y el resto de Europa en materia cloud?**

Tendemos a generalizar “Europa” y hay mucha diferencia entre los países que la componen. EuroCloud tiene 23 capítulos, y cada país es un desarrollo, una cultura TI y una tendencia diferente. Para poder valorar esta pregunta debemos conocer previamente con qué infraestructura de TI cuentan, y también con qué TIC contaba, porque sin infraestructura de comunicaciones no es posible el cloud y porque cuanto más amplia sea su implantación TIC, más cauta será su evolución. Pido que se mejoren las infraestructuras de comunicaciones a todos los polígonos industriales de España, y no solo a los que están próximos a las redes actuales de comunicación.

**Lo que parece indiscutible es que será el año de la nube híbrida, con previsiones de que el 75 % de los proyectos cloud que se despliegan serán sobre infraestructuras de nubes híbridas...**

**¿Cuáles son las ventajas de esta, frente a la pública o la privada para una pyme?**

La elasticidad y flexibilidad, combinados con la seguridad y gobernanza. Las nubes híbridas consisten en combinar las aplicaciones locales con las de la nube pública. Esto permite a una empresa mantener el control de sus aplicaciones y datos críticos, al tiempo que aprovecha la nube pública donde sea necesario, y como soporte a estas necesidades.

Su ventaja más importante es para los administradores de TI que pueden decidir qué datos y aplicaciones estarán en la nube privada y que debe trasladarse a la nube pública. Equilibra las aplicaciones cruciales y datos dentro de la nube privada, mientras se mueven excesos de cargas menos críticas y aplicaciones o datos de archivo y almacenamiento a la nube pública.

# SCC y HP:

## ayudando a las pymes a conseguir sus objetivos de negocio

El integrador de infraestructuras SCC forma *partnerships* con las pymes, con el fin de ayudarles a conseguir sus objetivos de negocio. Con origen en el Reino Unido, en España cuentan con seis delegaciones y una oferta completa para este nicho empresarial, que va desde cualquier elemento de infraestructura, dispositivos de acceso, sistemas de cómputo, almacenamiento, comunicaciones o una oferta de seguridad o servicios, por poner algunos ejemplos. Y es que su gama de servicios intenta cubrir el ciclo completo de vida de una solución: desde la asesoría al diseño, pasando por la implementación y la operación, hasta la mejora de procesos, afirma Arturo Moncada, director de servicios y soluciones de la compañía.



Arturo Moncada, director de servicios y soluciones de SCC

**PARA MONCADA, UNO** de los mayores retos que tienen que afrontar en este momento las pymes pasa por acceder al mercado de una forma más rápida y flexible, diferenciándose de los competidores, en plena transformación digital. Y en esa diferenciación hay que incorporar una gran variedad de tecnologías, por lo que el objetivo de SCC pasa por ayudar a sus clientes a incorporarse a estas tec-

nologías y a integrarlas con los servicios que ya tienen.

En este sentido ¿qué les están pidiendo las pequeñas empresas? Las típicas tecnologías que por repetición terminan convirtiéndose en tendencia del mercado, responde. “Hay un gran interés por los servicios prestados en la nube. Nosotros ayudamos a ver si es conveniente llevar sus aplicaciones y servicios

a la nube o mantenerlos en las infraestructuras que actualmente tienen, porque no todas estas tecnologías son la panacea para todo, hay que saber diferenciar e incorporarse a aquellas que realmente tengan sentido”, argumenta. Hay muchas pymes que están iniciándose en el paso hacia la nube pero hay muchas otras que todavía no lo han hecho. ¿Cómo las evangelizan desde

SCC? Construyendo servicios que intentan facilitar esa migración, comenta. “Hay que diferenciar entre aquellas compañías que nacen en el *cloud*, no entienden que haya una infraestructura que no se ejecute en la nube y otras que tienen su capacidad de cómputo en un *datacenter* propio o externalizado y hay que ayudar a esa migración. Una vez que has decidido llevar determinadas aplicaciones al *cloud*, hay que ver cómo integrar esos servicios nuevos con los existentes y construir una oferta adecuada para nuestros clientes: un conjunto de servicios en la nube”.

### Ayudando a ahorrar

Las pymes no cuentan con muchos recursos económicos por lo que SCC también ayuda en este sentido, permitiéndoselo con sus servicios. Este ahorro varía en función del entorno en que se muevan, destaca Moncada.

“En los servicios gestionados una pequeña compañía podría empezar a trabajar con nosotros mediante la gestión y monitorización de su sistema de *fire-wall*. Tener recursos dedicados a esto es tener una persona en exclusiva y nosotros, con un experto, podemos atender a más de un cliente. Si tuviéramos que dar unos porcentajes de ahorro podríamos decir, de forma genérica, que el mismo estaría en torno al 30 % o el 40 %” responde.

### Especialidades

Especializados en la nube, la movilidad, los grandes datos y la seguridad para empresas. ¿Qué novedades podemos esperar para este año?

Por un lado seguirán potenciando el área de sus servicios gestionados, adelanta, y trabajar la nube híbrida: cómo hacer que se entiendan los servicios *on-premise* con los servicios en la nube. Y todo ello sin olvidar el área de seguridad o los entornos definidos por software. Una de las áreas en las que trabajan es la de la seguridad. “Entendemos que la seguridad tiene que tener una aproximación arquitectural también. Ya no vale solo con la prevención, también hay que potenciar la detección y la reacción. Lamentablemente, a pesar de las medidas de prevención que pongamos, acabamos teniendo algún problema de seguridad. El objetivo es utilizar las



herramientas forenses necesarias para que en el momento de detectar un incidente de seguridad, podamos parar la amenaza, analizarla e identificar de dónde procede para aplicar las medidas que impidan que vuelva a suceder. Para hacer esto hay que adoptar una aproximación de servicio de seguridad gestionada que vaya desde el asesoramiento inicial, donde hay un análisis de riesgos

*“El objetivo de SCC pasa por ayudar a sus clientes a incorporarse a las tecnologías existentes y a integrarlas con los servicios que ya tienen”*

potenciales y de vulnerabilidad, pasando por un plan director de seguridad, desarrollo de proyectos que ayuden a mitigar los riesgos, por procesos de mejora continua...

No podemos olvidar sus servicios gestionados de impresión. Uno de los elementos que más les diferencia en este sentido es contar con *partners* y socios adecuados como HP, con un *portfolio* de productos impresionantes que cubren la mayoría de las necesidades de sus clientes en este entorno. Todo ello junto a sus servicios flexibles que les permiten

adaptarse a todo tipo de necesidades, tanto complejas como sencillas o los servicios de financiación, donde HP, uno de sus *partners*, cuenta con una oferta importante.

### ¿Qué sinergias se crean entre ambas compañías?

Enormes, confiesa. “HP es una compañía que lleva muchos años trabajando con el canal por lo que entiende perfectamente cuáles son las problemáticas del mismo. Todos sus programas suelen ir orientados a ver cómo facilitan el crecimiento del *partner*, cómo mejorar su rentabilidad, cómo ayudarle a posicionar sus soluciones en el mercado... Trabajar con los equipos de HP nos permite encontrar oportunidades que si fuéramos de forma individual no encontraríamos”.

“Elementos como la financiación, que cuando hablamos de pymes son importantes, para poder ofrecer la adquisición de soluciones TI con programas financieros muy atractivos, lo que facilita la incorporación de las TI a las compañías”, recuerda.

### Objetivos

¿Qué objetivos se han planteado para este año? Tres grandes pilares de crecimiento: nuevos clientes, servicios gestionados y áreas de foco que incluyen entornos definidos por software, seguridad y las tecnologías emergentes como la hiperconvergencia”.

# Sage:

“No es cuestión de estar siempre a la última sino de tener lo más adecuado”



Luis Pardo, CEO&EVP de Sage España

**SAGE FORUM 2016** congregó en Madrid a más de 2.000 personas, en un evento que ha querido unir a empresas y despachos profesionales para mostrarles cómo la transformación digital va a revolucionar sus negocios y en el que pudieron disfrutar de ponencias en torno al mundo emprendedor, el talento y, por supuesto, el despacho profesional. Un acto del que sus asistentes destacaron su importancia como catalizador a la hora de construir relaciones de interés para el negocio, afirma Luis Pardo, CEO&EVP de Sage España. “Pocas veces los autónomos y las pymes tienen la oportunidad de tener a su disposición a más de 60 ponentes de las más variadas disciplinas para compartir ideas y experiencias y para nosotros este era uno de los objetivos más importantes a cubrir con el evento”. Un acontecimiento del que subraya que hay muchas lecciones que llevarse, ya que cada empresa es un mundo.

liderazgo, que se rodeen de personas con múltiples puntos de vista, que la diversidad es parte de la revolución digital y todo ello sin olvidar la necesidad de que incorporen a un nativo digital en sus compañías”, destaca.

## Viviendo la realidad de un mundo cambiante

Una transformación digital que tienen que abordar todas las organizaciones, con independencia del sector de actividad y su tamaño, recuerda el directivo, una revolución que afecta al conjunto de la sociedad y por tanto a las relaciones entre personas, entre personas y empresas y entre las propias empresas. “El catalizador del cambio es la tecnología, que ha conseguido que esta revolución sea la primera de la historia en conjugar tres factores: la velocidad, la capilaridad y la viralidad. Todo ello la convierten además en la primera revolu-

En julio, Sage celebrará en Chicago el Sage Summit 2016, donde presentarán sus innovaciones pero la antesala a este evento ha sido Sage Forum 2016, en el que se ha dado a conocer su nuevo Global Partner Program para Despachos Profesionales, donde se pone a disposición de los mismos las herramientas necesarias para dar un mejor servicio a sus clientes, con el fin de ayudarles a crecer y tener éxito en sus negocios.

*Inma Elizalde*

ción realmente democrática”, prosigue. ¿Qué papel juega Sage en esta revolución? “El dar sentido al concepto “democrática”, apunta. “Nuestra estrategia pasa por ayudar a las empresas, emprendedores y autónomos a conseguir sus aspiraciones profesionales y el éxito de sus negocios y para ello tenemos que asegurarnos que todas las empresas tienen acceso a la tecnología más eficiente para lograrlo. Unido a ello hay una labor de acompañamiento y asesoría muy importante”, dice. Volviendo a retomar uno de los conceptos que definen la revolución digital: el de la velocidad, Pardo dice que “sabemos que la tecnología evoluciona ya más rápidamente que la capacidad que tenemos para sacarle el mayor partido. Es aquí donde cobra todo el sentido el proceso de asesoría y acompañamiento al que me refería anteriormente, ya que, al final, nuestra misión es garantizar a nuestros clientes que la tecnología y los servicios que ponemos a su disposición son los más adecuados en cada momento de su ciclo de crecimiento. No es cuestión, por tanto, de estar siempre a la última, es de tener siempre lo más adecuado en el momento preciso”, declara.

Y en este mundo cambiante la relación con los clientes también ha cambiado. ¿Cómo se ha adaptado Sage a esta nueva realidad?

“Nos hemos adaptado con ellos, avanzando en paralelo y dando respuesta a sus necesidades”, reconoce Luis Pardo. “Hemos evolucionado nuestra estrategia hacia los modelos de suscripción y la movilidad para que nuestros clientes tengan mucha más libertad de elección. En paralelo hemos desarrollado nuevos productos y servicios que complementan nuestro portfolio y que suponen una evolución tecnológica de primer orden de la que pueden beneficiarse nuestros clientes, teniendo en cuenta, siempre, que dicha evolución no debe ser nunca una imposición, sino fruto de la necesidad derivada de la transformación digital de las empresas.

### Mundo pyme

En los últimos tiempos Sage ha desarrollado soluciones junto con Microsoft, ha apostado por el *fintech*, ha establecido alianzas con Telefónica, ha lanzado una *app* para facturar desde el *smartphone*... Todos estos acuerdos, alianzas y desarrollos tecnológicos obedecen a la idea de construir un ecosistema de relaciones alrededor de sus soluciones de gestión, y hacerlo de la mano de los mejores, sostiene. Al final, todo está pensado para el cliente, apunta, para que tengan a su disposición las mejores soluciones tecnológicas que garanticen su éxito y crecimiento.

¿Por dónde pasa su futuro? Por seguir ayudando a las empresas, autónomos y emprendedores de este país a desarrollar sus negocios, contribuyendo con ello al

crecimiento de nuestro tejido empresarial, certifica y para ello quieren ser el altavoz de las pymes en todo el mundo. “Esto es algo que queremos seguir impulsando con la administración pública y privada y a través de las organizaciones empresariales, llevando sus peticiones y demandas a los foros adecuados para que sean escuchadas y atendidas”, concluye.

*“Hemos evolucionado nuestra estrategia hacia los modelos de suscripción y la movilidad para que nuestros clientes tengan mucha más libertad de elección”*

### La importancia del despacho profesional

A la cita no podían faltar los despachos profesionales, un sector que ha soportado los embates de la crisis de una manera estoica, tal y como afirmaba José María Raventos, *managing director accountants* de Sage Spain, durante el evento. Sin embargo, ahora pasamos por un momento en el que empiezan a crecer en facturación y clientes. Y es que el 92 % de las asesorías y despachos considera que el sector se mantendrá este año igual o mejor que en 2015, según el estudio “Observatorio del Despacho Profesional 2016”, realizado por Sage. Raventós dejó claro la “brutal oportunidad que existe para que este sector evolucione”, algo a lo que puede favorecer la incorporación de los “*millennials*”. Aunque advierte que si el despacho profesional no evoluciona hacia la integración de la información

para ayudar al negocio del cliente, sufrirán complicaciones en su negocio. “Tienen que evolucionar hacia la consultoría de pymes y micropymes”, proponía, tal y como ya se está haciendo en otros mercados como el anglosajón. Sin embargo, en España, solo un 10 % realizan consultoría, comentaba.

Estos héroes, tal y como los define, están sometidos a una gran tensión, al enfrentarse a multitud de cambios legislativos al año: 74, frente a los cuatro del Reino Unido o las tres de Francia. En total, en nuestro país, tenemos 166.000 leyes...

En su opinión, para ser competitivos necesitan transformarse, gestionando el negocio como si fuera una empresa, encabezando la revolución digital. Para ello hay que introducir la tecnología en el ADN de estos profesionales, propone, “porque la integración de la información con los clientes debería ser un hecho”.

Y es que, tal y como recuerda, la clave del éxito está en la diferenciación y en la innovación, poniendo al cliente en el centro de las decisiones.

En cuanto a los servicios que incluye su programa para despachos profesionales podemos destacar una comunidad gratuita para despachos profesionales, con acceso al conjunto completo de productos Sage: recursos y herramientas formativas, consultoría de marketing y financiación, con prácticas de transformación y crecimiento o una acreditación completa como expertos en aplicaciones de la compañía, por poner algunos ejemplos.

Tampoco podemos olvidar su programa de ayudas, con más de tres millones de euros para autónomos, pymes, micropymes y despachos profesionales.



# Financiación para varios sectores



El ahorro de energía es algo que preocupa mucho a las empresas últimamente y por ello Avalmadrid ha tomado “cartas en el asunto”. Pero no es este el único tema que nos ocupa este mes: la modernización de los locales comerciales, el impulso de las empresas catalanas o la nube también nos preocupan.

## 5.000 millones de euros para empresas catalanas

5.000 millones de euros para los dos próximos años, ese es el montante al que podrán acceder las empresas socias del Club Cambra de Comerç de

Barcelona, tras el acuerdo al que han llegado esta institución y CaixaBank, con el fin de lanzar nuevos proyectos empresariales e impulsar los ya existentes. Pero este no es el primer acuerdo al que han llegado ambas instituciones, ya que

desde el año 2012 se han concedido 12.300 millones de euros para productos de financiación especializada como *leasing*, *factoring*, *confirming*...

## Financiación de Avalmadrid para que las pymes ahorren en energía

Avalmadrid quiere ayudar a las pymes a ahorrar en energía y por ello facilita la financiación a aquellas pequeñas y medianas empresas que quieran instalar energía renovable, especialmente energía solar fotovoltaica para autoconsumo eléctrico. Así, financiará la adquisición e instalación de energías renovables a través de financiación preferente, con importes que pueden llegar hasta los 100.000 euros, a plazos de hasta

Organiza:  
**Konecta**

Madrid  
18 y 19  
de MAYO

Hotel Eurostars Suites Mirasierra



# Expocontact'16

Encuentro anual de referencia del sector BPO y Relación Cliente

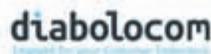
[expocontact16.com](http://expocontact16.com)

## TRANSFORMACIÓN **DIGITAL** EN LA GESTIÓN DEL CLIENTE

- Customer Journey: Diseño holístico de la experiencia
- User eXperience Design: Mejorando la adopción de nuevos canales
- Customer Engagement: La clave de la rentabilidad
- Customer Insight: Medir para adelantarse a las necesidades



Patrocinadores Oro:



Patrocinadores Plata:



Colaboradores:



Eurostars Suites Mirasierra \*\*\*\*\*  
Alfredo Marquerie, 43 - 28034 Madrid España

PARA RECIBIR INFORMACIÓN SOBRE EL CONGRESO:  
Llame al 902 193 106, o bien envíe un mail a [eblanco@grupokonecta.com](mailto:eblanco@grupokonecta.com)

siete años, ampliables en función del proyecto.

Pero esto no es todo ya que también cuenta con otro producto financiero para los instaladores de energías renovables, con el fin de que acometan los proyectos ligados a su actividad. En este caso los importes pueden ascender hasta los 300.000 euros, a través de préstamos y líneas de crédito y plazos de hasta siete años, ampliables, también, en función del proyecto.

**Para la modernización de negocios comerciales**

Con el fin de incrementar el número de negocios comerciales a pie de calle o modernizar los que ya existen, el Ayuntamiento de Cartagena concede subvenciones a los que estén en determinadas calles del casco antiguo de la ciudad, algo, que por otro lado, provocará una reactivación social, económica y turística del Centro Histórico.

Los sectores que obtendrán hasta el 40 % de la inversión necesaria serán, preferentemente, los de turismo, hostelería, ocio o servicios, que contribuyan al desarrollo económico y social de la zona, así como a la generación de empleo.

El plazo para solicitarlas finaliza a los dos meses, a contar desde el día siguiente de la notificación del acto administrativo por el que se conceda la licencia municipal o al de presentación en el Ayuntamiento de la comunicación previa o declaración responsable, comunicando el inicio de la ejecución de las obras.

**Subvencionando patentes y marcas para pymes**

Las pymes, sin dependencia o vinculación al sector público, pueden solicitar una de las subvenciones que otorga el Ministerio de Industria, Energía y Turismo en materia de patentes y

marcas, y pueden recurrir a dos tipos de ayuda: el programa para el fomento de solicitudes de patentes y modelos de utilidad en el exterior, dirigido a esti-

*“El Programa de fomento de la demanda de soluciones de computación en la nube para pymes está dotado con un presupuesto de 40 millones de euros”*

mular la protección internacional de la tecnología a través de patentes o de modelos de utilidad, con el fin de mejorar la competitividad de las empresas que buscan nuevos mercados fuera de España. O al programa para el fomento de solicitudes de patentes y modelos de utilidad españoles, con el fin de estimular la protección nacional de la tecnología a través de



patentes o modelos de utilidad. Estas últimas se concentran en subvencionar las solicitudes de patentes y modelos de utilidad españoles, que conllevan el pago de una tasa.

**Ayudas para implantar el cloud en las pymes**

El “Programa de fomento de la demanda de soluciones de computación en la nube para pequeñas y medianas empresas”, ha sido puesto en marcha por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, a través de la Entidad Pública Empresarial Red.es con el fin de ayudar a pymes y autónomos a implantar el cloud en sus empresas.

Dotado con un presupuesto de 40 millones de euros, financiados a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), puede solicitarse del 18 de mayo al 8 de junio, a través de la sede electrónica de Red.es, por aquellas empresas que tengan menos de 250 empleados y un volumen de negocio inferior a 50 millones de euros, domicilio fiscal en España y con la actividad iniciada antes de la publicación de las bases. ¿En qué consisten las mismas? En la puesta a disposición de servicios de soluciones empresariales durante nueve meses, eligiendo las soluciones de varias categorías:

desde el puesto de trabajo, pasando por la gestión económica, la gestión del negocio, la relación con los clientes, la gestión del punto de venta, la presencia en Internet, el comercio electrónico, la infraestructura como servicio, la plataforma de desarrollo como servicio o la centralita virtual.

La concesión de las ayudas dependerá del porcentaje del coste que el beneficiario quiera subvencionar, aunque la parte subvencionable no podrá ser inferior a 1.250 euros,

ni superior a 15.000 por solicitante. Al solicitar las ayudas se debe incluir el porcentaje del presupuesto subvencionable que se asume, entre el 20 y el 50 %.

<http://www.red.es/redes/actuaciones/economia-digital/ayudas-adopcion-cloud>

Apoya tu expertise con una metodología que refuerce tu discurso ante el cliente

# Técnicas de Comunicación para la Venta Consultiva



Construye un mensaje que te diferencie y posicione frente a tus competidores

- Argumenta por qué eres el **mejor proveedor**
- Aprende a **comunicar valor** y **no precio**
- Demuestra con **casos de éxito** la experiencia de tu empresa

Adapta tu presentación a las necesidades, expectativas y resistencias de tu cliente

- Pregunta con inteligencia
- Escucha con empatía
- Responde "generando valor"

Entrena y aplica las herramientas de trabajo testadas por:



**Jesús Monroy**

- > Asesor, coach y mentor de profesionales, empresarios y políticos
- > Pionero en España en el entrenamiento de portavoces y técnicas de comunicación para la venta



[www.iir.es](http://www.iir.es)

Madrid  
24 y 25 de Mayo de 2016

MEDIA PARTNER

**PYMES**

Llámanos ahora y reserva ya tu plaza  
91 700 48 70 • [info@iirspain.com](mailto:info@iirspain.com)

# El renting a tu medida

Contrata tu vehículo  
en 5 minutos.

[www.alphabet.es](http://www.alphabet.es)



900 83 55 15

[canalcomercial@alphabet.es](mailto:canalcomercial@alphabet.es)



**Alphabet**

