

REVISTA PYMES

Nº 215 JULIO-AGOSTO 2016

Año-20



a3ERP

Solución integral de gestión para PYMES

La visión 360° que hace tu empresa más competitiva

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

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

INFÓRMATE AHORA Y DESCUBRE CÓMO SER MÁS COMPETITIVO CON a3ERP.

 Wolters Kluwer

902 330 083
www.wolterskluwer.es



¿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

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

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

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

8 Porque **tu objetivo** es nuestro objetivo



INICIATIVA PYMES
LA LUCHA NOS HACE GRANDES

www.iniciativapymes.com

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

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

Bantierra



Crédito y Caución
Atradius

Sabadell

FedEx
Express

sage

iberCaja
Empresas

Wolters Kluwer

Páginas
Amarillas

ORACLE

ESET NOD32
www.eset.es

QBS group

datisa
DIFERENCIA CON VALOR AÑADIDO



gasNatural
fenosa

NORTHGATE
Renting Flexible

Badet
Software

INFORMA

Microsoft

brother
at your side

cezanne

NESPRESSO

VSistemas
soluciones empresariales

UNITED
A STAR ALLIANCE MEMBER

randstad

Edenred

ING DIRECT
People in Progress

IBERDROLA

Sistel

seidor

Bravo Capital

ESCUELA
EUROPEA
DE NEGOCIOS

Sanitas

ARBENTIA

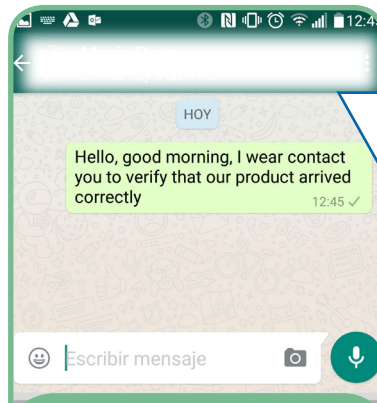
OneBizz
Smart Business Software

Iniciativa de: Interban Network · Contacto: Juan Miguel Herrero · Email: juan.herrero@interban.com · Teléfono: 690 640 689 · Web: www.iniciativapymes.com



Los cuatro efectos del Brexit para las pymes españolas

10



Miniguía para aprender a usar el traductor de Whatsapp en unos minutos

27

¿Qué va a suponer Samsung Pay para las pymes?



samsung pay







17



Los retos claves en la internacionalización de las compañías

14

Sumario

-  **6** Eventos de verano para no abandonar tu pyme
-  **8** Cinco cursos de verano para empresarios
-  **11** Evita que piratas informáticos roben o perjudiquen la cuenta de tu empresa
-  **21** ¿Quieres hacer negocios en el extranjero pero no sabes idiomas?
-  **22** Cómo predecir el comportamiento del usuario, a través de vídeos en las redes sociales
-  **25** ¿Quieres encontrar clientes a través de LinkedIn? Mejora tu perfil

Editorial

¡FELIZ VERANO!

¡Por fin llega el verano! Ya estamos pensando en todos los planes que vamos a comenzar durante estos meses, en los momentos de descanso y en las ansiadas vacaciones. Todos necesitamos desconectar, coger fuerzas para lo que nos espera en septiembre. Ahora toca planificar un nuevo curso, reflexionar sobre lo que hemos hecho durante esto y, siempre, tratar de mejorar. Esto mismo es lo que, tanto en [Empresados](#) como en [Revista Pymes](#), vamos a hacer. Sí, toca descansar, toca salir antes por las tardes y aprovechar más los días, pero **no vamos a dejar de pensar en nuestros lectores, de informarles, ni de continuar buscando nuevos proyectos en los que embacarnos.** Junio ha sido un mes convulso, lleno de cambios que se pueden tachar de históricos: las elecciones del 26J que hemos [seguido desde nuestra redacción](#), el Brexit de UK y [sus consecuencias](#), incluso el hecho de que [Google esté en el punto de mira de muchas de las Agencias Tributarias Europeas](#). Ahora, se abren nuevas expectativas y esperamos que se vayan **sucediendo, y aclarando, todas aquellas situaciones que durante el mes pasado nos dejaron en ascuas.** Por este motivo, seguiremos al pie del cañón tratando de descubrir las consecuencias de algunos hechos, continuaremos haciendo guías útiles de herramientas para pymes, aportando consejos sobre marketing o gestión o, simplemente, componiendo artículos creativos y entretenidos como el de las [claves para conseguir el “Trono de hierro” de los empresarios](#). Por todo esto, estos meses, seguiremos trabajando, día a día, con **el principal objetivo de mantener el continuo crecimiento con el que, vosotros, nuestros lectores, nos estáis premiando.** ¡Qué paséis un feliz verano!

Isis Vecino

isis@newsmedia360.com

María Páez

mpaez@newsmedia360.com

Beatriz Montalvo

beatriz@taieditorial.es

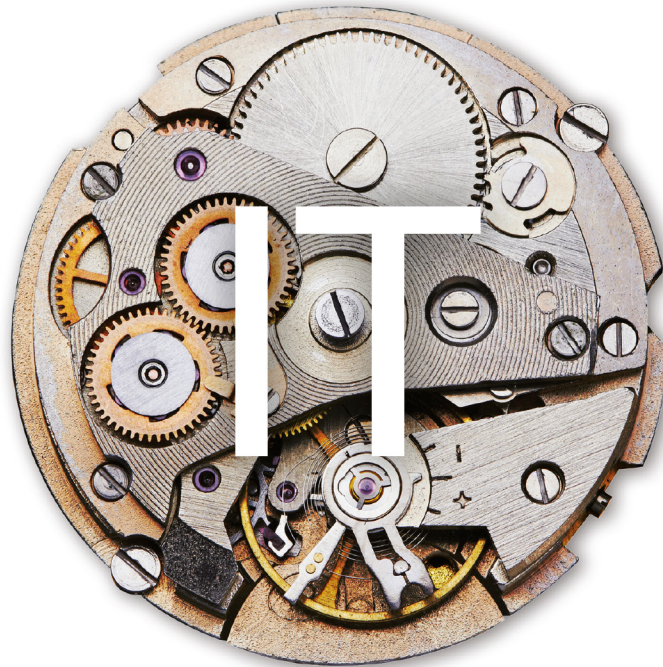
Prensa

prensa@newsmedia360.com

Depósito legal: M-8650-95
ISSN 1696-6120



Make



reliable



Tecra Z40-C

Para que los empleados alcancen la máxima productividad necesitas la máxima fiabilidad en tus dispositivos. En Toshiba, nuestros ingenieros saben cómo conseguir ambos aspectos. El Tecra Z40-C está diseñado con menos componentes y con una calidad más alta que la mayoría de portátiles para que disfrutes de una menor tasa de fallos, un coste de propiedad más bajo y un menor tiempo de inactividad de los empleados. Gracias a Windows 10 Pro, tu portátil Toshiba mantendrá la productividad de tu plantilla cada día.

Make  work

Más información en:
www.toshiba.es/reliable

Pantallas simuladas sujetas a cambios. ©2016 TOSHIBA Corporation.
Las especificaciones de diseño y los colores del producto pueden variar sin aviso previo y pueden ser diferentes de los que se muestran. Salvo error u omisión.

Eventos de verano para no abandonar tu pyme

Y es que aunque nos vayamos de vacaciones de verano no debemos abandonar nuestra pyme como buen empresario. Durante los meses de julio y agosto, sigue habiendo eventos, aunque escasean con respecto a los demás meses del año, pero algún congreso interesante se celebra. Desde revista PYMES hemos querido reunir los que han compartido en Empresados.



CÓMO CREAR MARCAS QUE MARCAN

Fecha: 7 de julio

Lugar: Centro Europeo de Empresas Innovadoras del Parque Tecnológico de Paterna en Valencia

Un evento dirigido a empresarios, gerentes, directivos de pymes y futuros empresarios que tratará de descubrir la importancia de la marca como elemento fundamental del marketing, los tipos y las estrategias de marcas. Elección de una marca, enfoque...

[Más información](#)



SEOPLUS CONGRESS 2016

Fecha: 16 de julio

Lugar: Paraninfo de la Universidad de Alicante

Congreso sobre el SEO y el marketing online que contará con la presencia de siete de los expertos en posicionamiento SEO más destacados de nuestro país (también se podrá seguir por streaming).

[Más información](#)

Un potente 2 en 1 fino y elegante

HP Elite x2
Reinvent Obsession



Más información en: hp.es/premiumpro
Equipado con procesador Intel® Core™ m7.
Intel Inside®. Para una productividad extraordinaria.



keep reinventing

Multi-Core está diseñado para mejorar el rendimiento de determinados productos de software. No todos los clientes o aplicaciones de software necesariamente se beneficiarán del uso de esta tecnología. El rendimiento y la frecuencia del reloj pueden variar en función de la carga de trabajo de las aplicaciones y las configuraciones de hardware y software. La numeración de Intel no refleja una medida del rendimiento superior. Intel, el logotipo Intel, Intel Inside, Intel Core y Core Inside son marcas o marcas registradas de Intel Corporation o de sus filiales en Estados Unidos y en otros países.
© Copyright 2016 HP Development Company, L.P.



Cinco cursos de verano para empresarios

A pesar del calor, para quienes no quieran dejar de aprender sobre emprendimiento, este verano compartimos los cursos que desde *Empresados* han reunido, que se celebrarán el mes de julio.



ASESORAMIENTO EMPRESARIAL PARA TRABAJADORES AUTÓNOMOS

Fecha: 4 al 15 de julio
Lugar: Colegio Alborada, Alcalá de Henares
Precio: Gratuito

Es un curso dirigido a emprendedores, al cual se le proporciona una visión global de lo que le supondrá el tema del emprendimiento.

[Más información](#)



CÓMO EMPRENDER UN NEGOCIO AUTOEMPLEO

Fecha: 4 al 20 de julio
Lugar: Colegio Alborada, Alcalá de Henares
Precio: Gratuito

Este es un curso donde conocer los principales aspectos jurídicos, legales, fiscales... para saber comenzar con tu negocio.

[Más información](#)



CURSO DE ECOMMERCE

Fecha: 4 al 26 de julio
Lugar: Cámara de Comercio Barcelona
Precio: Gratuito

Este curso aportará nociones generales sobre el comercio electrónico y las implicaciones del mismo, así como claves y herramientas.

[Más información](#)



EL DESARROLLO DEL LIDERAZGO Y LA EDUCACIÓN DE LAS NUEVAS GENERACIONES EN LA EMPRESA

Fecha: 5 y 6 de julio
Lugar: Cámara de Comercio Barcelona
Precio: 275€

Dirigido a accionistas de la empresa familiar actuales o futuros, ejecutivos y directivos.

[Más información](#)



CÓMO MOTIVAR A TUS COLABORADORES MEDIANTE ELEMENTOS DE JUEGOS

Fecha: 14 de julio
Lugar: Cámara de Comercio Barcelona
Precio: 275€

Dirigido a profesionales que lideren equipos y / o proyectos de cualquier área de la empresa.

[Más información](#)



GILLES 
BIOMASSEHEIZUNGEN




STUFE E CUCINE A LEGNA DAL 1926

DISTRIBUCIÓN A TODA ESPAÑA Y PORTUGAL
ÚNETE AL AHORRO CON ESTUFAS Y
CALDERAS DE BIOMASA DE ALTA CALIDAD

¡PIDE TU PRESUPUESTO SIN COMPROMISO!

Tlf: 986 585 852

Correo-e: info@enerlamela.com

www.enerlamela.com

Los cuatro efectos del Brexit para las pymes españolas

Ya es todo un hecho, el Brexit se ha producido. Reino Unido ha decidido abandonar la Unión Europea, a través de un referéndum realizado el pasado 23 de junio. Una decisión que David Cameron ya propuso en su programa y la cual va a traer una serie de consecuencias. ¿Qué va a pasar ahora con las empresas españolas? ¿Esta determinación, cómo va a afectarlas?

Disminución de pymes españolas en el mercado inglés: los precios de las importaciones y las exportaciones que vayan o vengan de Reino Unido, serán encarecidos debido a sus tasas arancelarias y sus ventas se frenarán. La disminución del valor de la moneda que va a sufrir la libra esterlina (entre un 10-20%) va a provocar, en las empresas españolas, que estas no hagan tantas exportaciones a Reino Unido. Por lo tanto, nuestros productos ya no competirán tanto como lo hacían antes (un 7%) en el mercado inglés, el quinto mercado más relevante. Un mercado en el que, como pymes, estábamos en los sectores del medioambiente, la farmacéutica, las infraestructuras, el transporte, la logística y las comunicaciones, el agroalimentario, la producción energética y los bienes de consumo y servicios. Además, las startups digitales españolas con negocios en Reino Unido, se verán obligadas a salir del proyecto europeo del mercado digital único. Esta sería una oportunidad para apostar y fortalecer relaciones con otros mercados vecinos europeos como el alemán, el francés, o con otros, como el mercado de Corea del Sur, Estados Unidos, China y Japón.



Adiós a la armonización del derecho laboral: los autónomos españoles no tendrán ya los mismos derechos, ya que no podrán prestar servicios ni residir en el territorio inglés. Esto también afectaría a clientes y proveedores que estén allí.

El sector del turismo español dañado: el turista británico - debido a la devaluación de la libra - a la hora de viajar de vacaciones a España, tendrá menos dinero y más restricciones para cruzar fronteras. Un ejemplo, sería el siguiente: si el pasado julio se gastaron 800 libras, es decir, 1.150€ en España, ahora serían casi 1.000 euros.

Los bancos afectados: estarán ojo avizor a la hora de tomar decisiones de financiación. Ya que esto es una situación de riesgo para la UE y, a mayor riesgo la financiación es más cara. Cambiaría las condiciones de los negocios, los intereses...

Estas serán algunas de las consecuencias que, la salida del Reino Unido de la Unión Europea, irá provocando. Pero esto no se queda aquí, ya que hay que ver que todo se modificará no sólo el sector de las pymes, sino también el de las grandes compañías, los trabajadores, Gibraltar, la Bolsa... Veremos cómo se van desarrollando los acontecimientos.

María Páez



Evita que piratas informáticos roben o perjudiquen la cuenta de tu empresa

Las redes sociales pueden ser un arma de doble filo (positiva Vs. negativa) si no se saben utilizar con precaución. Y es que no nos podemos descuidar ante tal herramienta, ya que da una imagen de nuestra pyme y de todos los trabajadores que pertenecen a ella a los demás. Un concepto que se irá forjando poco a poco a través de nuestra interacción directa e indirecta en ella y que nos hará conseguir, o no, clientes, proveedores...

Una cuenta de Facebook o Twitter... personal o para nuestra empresa tiene que tener una base segura. De un modo u otro, desde [revista PYMES](#), os daremos una serie de puntos que hay que tener en cuenta (el equipo de la empresa debe ser informado) que, aunque parezcan muy evidentes, no todo el mundo atiende y podemos estar expuestos a piratas de las redes o también conocidos como ciberdelincuentes.

1. Software: hay que tener un navegador seguro, un antivirus de calidad, y actualizado, para evitar posibles infecciones o robos de cuenta que puedan poner en peligro a nuestra marca.

2. Política de privacidad: cuando uno registra a la empresa en una red social, hay que revisar su política de privacidad, hay que evitar aceptar los términos sin leerlos, ya que estos nos pueden llegar a perjudicar.

3. Mira a tu alrededor: como si de la película It Follows se tratase mira alrededor tuyo, a los lados, delante y,

Una cuenta en redes sociales tiene que tener una base segura

sobre todo, detrás de ti a la hora de hacer una fotografía, ya que puede haber algún objeto o aspecto que revele información sensible o privada.

4. Nombre, logotipo y marca: a la hora de hacer uso de tu nombre, marca y logotipo se debe tener cuidado del uso que se haga de ello, ya que son distintivos registrados.

5. Contraseñas: a la hora de poner una contraseña esta tiene que ser segura (combinación de letras mayúsculas, minúsculas y números), no hay que guardar nuestra contraseña en el ordenador, ni dejar las sesiones abiertas en los ordenadores y mucho menos utilizar redes de wifi poco fiables.

6. Piensa antes de publicar: hay que asegurarnos y tener claro qué

publicar, qué mensaje queremos enviar y a quién nos dirigimos. Hay que revisarlo bien antes de dar al botón de publicación, ya que una vez publicado, no hay vuelta atrás. Será visto por tus seguidores y por supuesto, por mucho que sea borrado o eliminada la cuenta, seguirá en los servidores de dicha red social durante 90 días - como máximo - después de solicitar la cancelación de la cuenta. También, tenemos que dejar claro que las opiniones y la posición que escribimos sobre la empresa se hace evitando que parezca ser escrito por ti como portavoz de la pyme, a no ser que se tenga autorización para ello.

7. Piensa antes de pinchar: nos pueden poner a nuestra red una serie de enlaces que si no sabemos de dónde provienen, es mejor no abrirlos, no vaya a ser un virus o algo

similar que nos estropee la cuenta.

8. Especificar cuándo se pongan opiniones personales: en el caso de publicar algún tipo de información personal de carácter político, religioso o ideológico en redes abiertas, mixtas o profesionales, hay que especificar que estas no representan a las de la empresa.

9. Evita atajos: crea una cuenta exclusiva con contraseñas diferentes para dicha red social, ya que, si por accidente o imprevisto nuestra cuenta es hackeada, con dicho usuario y contraseña no podrán acceder a ningún sitio ni aplicación más.

10. Competencia: hay que evitar criticar sin argumentos y de manera irresponsable a productos o servicios de la competencia, ya que eso luego puede ir en tu contra.

11. Debates: hay que evitar entrar

Cualquier cosa que publiques seguirá en los servidores de la red social durante 90 días tras solicitar la cancelación de tu cuenta



en debates polémicos, en todo caso, sirve como moderador sin posicionarte ni a favor ni en contra de ninguna opinión, ya que este puede ser tu cliente o cliente potencial y podrá tener consecuencias negativas. Además, si en el debate se falta en algún momento el respeto, no hay que dar juego al que lo ha ideado y por consiguiente debe ser expulsado de la red.

12. Hay que mantener en estado privado nuestra información personal: cuanta más información se dé sobre la persona encargada de la cuenta de la empresa o de la propia empresa, más facilidad habrá para que los piratas informáticos puedan realizar alguna de sus fechorías. Evitar siempre cuentas bancarias o informaciones personales. Además, de no poner ningún tipo de información



Hay que tener especial cuidado con las aplicaciones de geolocalización, porque pueden vulnerar la privacidad

confidencial de nuestra empresa, ya que esta puede ser usada por la competencia.

13. Evitemos plugins y add-ons: muchas de estas aplicaciones piden nuestros datos personales, esta puede ser más vulnerable a ser robada.

14. Pasa lista de tus contactos: haz una limpieza cada cierto tiempo de tu lista de contactos, aquellos que no te den buena espina, que tengan perfiles vacíos, con poca actividad o por el

contrario, actividades sospechosas debes eliminarlos o bloquearlos.

15. Privacidad: si eres el que se encarga de llevar las redes sociales de tu empresa, es decir, el conocido como community manager, no vayas desvelando la contraseña de esta. Clave que además tienes que cambiar con cierta frecuencia. También, tienes que configurar tu cuenta de tal manera que decidas quién puede ver una serie de datos de perfil de



tu biografía, e incluso es buena idea evitar que publiquen los demás usuarios en tu muro información sin previo consentimiento.

16. Geocalización: cuidado con las aplicaciones de la geocalización sobre los usuarios que pueden vulnerar nuestra privacidad y seguridad, ya que, si están activadas - las estemos utilizando o no - pueden actuar desvelando información sobre tu localización.

17. Organiza grupos: ordena tus contactos a través de listas en

función de a qué sector o temática pertenezcan.

18. Seguimiento: llevar un seguimiento sobre lo que se dice de nosotros en la web, ya que este espacio digital es enormemente infinito y tenemos que ver que dicen otras marcas o clientes sobre nosotros.

Si tienes en cuenta todos estos puntos que no son complicados de seguir, no habrá problema y es que, como dice el dicho, hay que prevenir antes de curar.

María Páez



Los retos claves en la internacionalización de las compañías

Instagram es la red social puntera en la actualidad, como buenos empresarios, en nuestro proyecto tenemos que estar en ella y aprovechar al máximo sus beneficios. Uno de ellos, el principal y el que mejor funciona, es el de crear concursos en la aplicación de fotografías. Una inmejorable manera para conseguir seguidores, interacción y fidelización con tus clientes.

Los datos de inversiones extranjeras en España y de inversiones españolas en el extranjero muestran **una tendencia clara a la internacionalización de las compañías**. Según datos provisionales del ICEX, en 2015, España recibió cerca de 23.000 millones de euros en

inversiones extranjeras, su nivel más alto desde 2012 y, con respecto a la inversión española en el extranjero, alcanzó la cifra de 24.500 millones €. Esta clara orientación a la internacionalización genera en las empresas una **creciente necesidad de adaptarse a nuevos mercados y de establecer mayores vínculos con compañías extranjeras**, al tiempo que a integrar equipos multiculturales y de diversas nacionalidades que les permitan desarrollar con éxito esta labor cada vez más global y más internacional. En este sentido, las empresas necesitan trabajar con un concepto mucho más abierto y tener equipos de trabajo colaborativos, más globales e integrados entre los diferentes países, donde la comunicación y la agilidad son fundamentales.



Los datos de inversiones muestran una tendencia clara a la internacionalización de las compañías

Independientemente del sector de actividad de las empresas, todas ellas tienen unos **factores comunes que consideran de gran relevancia en la selección de personal**. Parte de esos factores a valorar son la importancia de las sinergias interculturales, la apertura de mente a nuevos conceptos e ideas, o la capacidad de viajar y relacionarse con personas de otros países. En este sentido, Javier Martín, director de recursos humanos de Google en España, destacó recientemente – en una mesa redonda celebrada en el marco del congreso Factor Humano – que dentro de Google trabajan en potenciar que los equipos tengan **una cultura y unos valores parecidos**, *“buscando lo que nos une no lo que nos diferencia, independientemente de la procedencia”* y añadió que

“nuestro objetivo como empresa de datos, es tomar decisiones basadas en datos no en clichés o estereotipos”. Del mismo modo, Pedro Casaño Martínez, director de recursos humanos de Mondelez Internacional, manifestó que desde Mondelez *“a la hora de hacer encaje cultural valoramos todo lo relativo al idioma inglés y al espíritu internacional, personas que lo han demostrado por su estilo de vida anterior a pertenecer a la empresa, por ejemplo haber estado de erasmus, las amistades que tienen o los viajes que hacen fuera, porque son síntomas de que tienen una mentalidad mucho más internacional y mucho más movable”*. No menos importante es el aspecto tecnológico, ya que **la tecnología actual contribuye claramente al acercamiento personal entre**



Los factores comunes en la selección de personal para empresas internacionales son: la apertura de mente a nuevas ideas y la capacidad de viajar y relacionarse

grupos y países, lo que incrementa la cercanía, la creación de empatía y la accesibilidad entre personas con objetivos comunes. La inversión en tecnologías, como por ejemplo los sistemas de videoconferencia, son fundamentales en las compañías actuales, como comentó Jorge Muñoz Peinador, director de recursos humanos del Grupo Amper, recientemente en el Congreso Factor Humano. Por su parte, Louis de Looz director de recursos humanos de BNP Paribas, **señaló especialmente la generación de confianza, “sobre todo cuando hay distancia, que consigue salvarse mediante las nuevas tecnologías y en la generación de empatía, fomentando las sinergias”**.

Para lograr estos objetivos empresariales y formar grupos adecuados, interculturales y de

internacionalización, **el dominio de los idiomas y principalmente el inglés como lenguaje vehicular es fundamental, además de conocer de antemano las particularidades culturales, históricas y sociales de los diferentes países.**

En esta línea, Ginés Méndez Director General de Berlitz en España, como experto en formación de idiomas e interculturalidad para empresas, destacó la importancia de los equipos multiculturales **por las ventajas y oportunidades que ofrecen a las compañías** en la actualidad y la necesidad de dotarlos de una formación adecuada tanto en idiomas como en el conocimiento de las particularidades culturales, sociales y operativas de los países, en los que van a trabajar o con los que van a colaborar de una forma continuada, a

La tecnología actual contribuye claramente al acercamiento personal entre grupos y países



lo que añadió: *“la creciente tendencia a establecer vínculos laborales con países como Japón, China, Oriente Medio o India, con los cuales existen unas grandes diferencias culturales, exige un profundo entendimiento de su lengua, cultura y de sus protocolos de comportamiento empresarial, que pueden ser críticos de cara a establecer con éxito las relaciones comerciales y profesionales. Nuestra recomendación desde*

Berlitz, es contar con la experiencia de un especialista en formación intercultural y de idiomas, que les ayude a conseguir los resultados necesarios de cara a desarrollar su actividad de la forma más adecuada”.



¿Qué va a suponer Samsung Pay para las pymes?

*El pasado 2 de junio tuvo lugar la presentación, en la Eurostars Madrid Tower, del nuevo sistema de pago de Samsung: **Samsung Pay**, del que [ya os hablamos en un artículo anterior](#). Además de las múltiples dudas que se resolvieron durante la rueda de prensa de la presentación, revista PYMES tuvo la oportunidad de hablar con David Alonso, responsable del área de empresas de Samsung, quién nos ha aclarado algunos puntos de interés para las pymes.*

Si nos ponemos el traje de usuario final que, además, tenga en su poder un smartphone de Samsung de la gama Galaxy S6 y posteriores, este lanzamiento nos fascinará en muchos aspectos. También es cierto que, otros tantos usuarios, estarán preocupados por temas como **la seguridad o lo que Samsung pueda hacer con sus datos de compra** (y como todos somos usuarios finales en la intimidad de nuestra casa), desde aquí os decimos que podéis estar tranquilos, porque si en algo se ha esforzado la compañía coreana es que estos dos aspectos estén completamente pulidos.

Sin embargo, en este artículo **no nos vamos a centrar en lo que un usuario final puede ver de atractivo en Samsung Pay**, sino en lo que una pyme española puede encontrar – de bueno y de malo – en este nuevo sistema de pago, pero antes, vamos a aclarar algunos aspectos.

¿POR QUÉ ESPAÑA ES EL PRIMER PAÍS EUROPEO EN EL QUE SE LANZA SAMSUNG PAY?

Victor Kim, director global de Samsung Pay, aclaró este punto como uno de los primeros de la presentación. Se decantaron por el lanzamiento en nuestro país, por el **importante número de smartphones** que hay en España y, si a esto le añadimos que **Samsung es una de las marcas preferidas por los españoles**, el resultado es que, los usuarios de Samsung en España, se convierten en los primeros europeos en disfrutar de este servicio en sus dispositivos.

Un segundo punto a tener en cuenta es que, tanto los bancos como los usuarios de estos, están demandando una mayor innovación en este sector y 8 de cada 10 españoles (según un estudio de la compañía) **buscan formas de aligerar su cartera** o, lo que es lo mismo, de no tener que llevar tantas tarjetas encima.

Además de estos dos motivos, Samsung **ha contado con importantes colaboradores en nuestro país** para poner en marcha este nuevo sistema de pago. Entre ellos, podemos

Los comercios solo necesitan un terminal NFC

Samsung Pay no iba a ser diferente. Una aplicación como esta, que sirve para que los usuarios de este tipo de dispositivos puedan pagar con su smartphone en cualquier lugar del mundo, puede llevarnos a pensar que va a **traer consecuencias no muy agradables** para las empresas. Nada más lejos de la realidad.

Bajo la crítica mirada de una pyme, lo primero que puede plantearse según escucha hablar de Samsung Pay, es que va a tener que hacer una inversión millonaria para adaptar su tecnología a esta nueva aplicación y que, una vez más, solo las grandes plataformas comerciales podrán ofrecer un sistema de pago como este.

Por este motivo, entrevistamos a **David Alonso, responsable de área de empresas de Samsung**, que nos explicó [los requisitos necesarios](#) para que una pyme pueda cobrar mediante esta nueva aplicación.

“Solo un terminal NFC”, aclaraba Alonso en la entrevista. Por lo tanto,

destacar a La Caixa o Abanca e, incluso, al El corte inglés, entre otros muchos.

[Aquí os dejamos un vídeo sobre un estudio realizado por la compañía](#) que, probablemente, termine de aclarar por qué Samsung Pay se ha lanzado primero en nuestro país.

“QUEREMOS QUE EL PEQUEÑO COMERCIO SE BENEFICIE”

Evidentemente, cuando cualquier compañía saca un nuevo producto lo que pensamos todos es que lo hace con el objetivo de obtener un beneficio económico. Al menos este es el primer pensamiento de casi todo el mundo, por eso, el lanzamiento de



las empresas no necesitarán hacer nada con sus TPV para poder cobrar a los usuarios de Samsung Pay. No hay necesidad de módulos externos, ni de adquirir un nuevo TPV, ya que casi todos los comercios ya cuentan con este tipo de dispositivos con NFC.

Otro de los miedos de una pyme son las comisiones. ¿Me las cobrarán a mí como hace Pay Pal? ¿Se las cobrarán

al banco y esto me repercutirá? Son dudas totalmente razonables, pero no olvidemos que Samsung Pay no tiene nada que ver con Pay Pal, no es una plataforma de pago como tal, **es una aplicación donde el usuario puede llevar sus tarjetas de crédito o débito virtualizadas** y pagar con ellas donde sea. De todas formas, [David Alonso lo explica estupendamente.](#)



¿QUÉ PASA CON EL LÍMITE DE PAGO EN SAMSUNG PAY?

Precisamente, a colación de la pregunta anterior a David Alonso, nos surge la duda de qué es lo que puede suceder con el límite de pago en Samsung Pay. Es cierto que tal vez sea una pregunta orientada a dar respuesta a un preocupado usuario final, pero como empresa debes saber que, en Samsung Pay, también existe

un límite de pago, además de otras medidas de seguridad.

El límite de pago siempre se ha considerado una medida de seguridad para las tarjetas – tanto de crédito como de débito – para que, en caso de ser sustraídas, el ladrón de turno no se pudiese comprar un yate con nuestra tarjeta. Digamos que, si el límite es pequeño, el posible boquete financiero que te pueden hacer en

caso de robo, es también pequeño. Evidentemente, este límite lo acuerdas con el banco y así continuará siendo, aunque el pago se realice a través de Samsung Pay. Lo bueno que tiene esta aplicación es que, en caso de robarte el smartphone y, además de tener que averiguar el patrón de desbloqueo de la pantalla – si lo tienes (y desde aquí recomendamos que todo el mundo lo active) – **tendrán que contar con tu huella dactilar para poder acceder a tus tarjetas y pagar con ellas.**

La seguridad es algo principal para Samsung, nos lo anticipaban en la rueda de prensa y [Alonso nos lo corroboraba más tarde en la entrevista](#). Este aspecto no solo es importante para el usuario, sino también para el comercio, que puede estar tranquilo de estar cobrando a la persona autorizada mediante un terminal Samsung.

“NO QUEREMOS HACER DINERO, NI NEGOCIO DE DATOS”

Quizá esta sea una de las premisas más repetidas durante la presentación

de Samsung Pay. Así, Celestino García, vicepresidente de Samsung, aseguraba que **no pretenden hacer negocio en el sistema financiero, sino hacer negocio ofreciendo mejores terminales móviles**, mucho más completos.

Otra de las grandes preocupaciones de una empresa es que los datos de sus clientes estén debidamente protegidos y bien guardados. De lo contrario, podrían tener problemas con la LOPD. Además, cada vez hay más usuarios escarmentados con las malas prácticas y mucho más atentos a que estas no se produzcan. Conocen la Ley, sus derechos y están dispuestos

**Samsung
no pretende
hacer negocio
financiero, sino
ofrecer mejores
dispositivos**



a demandar a quienes no los respeten, sin importar de si se trata de grandes o pequeñas empresas.

Desde aquí, comprendemos que alguna pyme se haya podido plantear qué es lo que sucederá con los datos de los clientes a los que cobre mediante Samsung Pay. **¿Samsung se quedará con estos datos? ¿Podrá analizar las compras de estos clientes con el fin de usar esa información para fines comerciales?** ¿Eso repercutirá en que el cliente se enfade y tome represalias contra Samsung y contra mi pequeña tienda?

¡Que no cunda el pánico! Samsung lo dejó muy claro: no quiere esos datos y no tendrá acceso a ellos. Además, si la compañía no fue lo suficientemente clara en su explicación, nosotros le volvimos a preguntar a David Alonso por este tema y, para vuestra tranquilidad, [aquí tenemos su respuesta](#).

TARJETAS DE FIDELIZACIÓN VIRTUALES, ¿TE LO IMAGINAS?

A alguno le habrá chirriado

una mención que ha aparecido anteriormente de El corte inglés. Sobre todo, porque las colaboraciones que se nos vienen a la cabeza y que pueden estar relacionadas con una App como esta, suelen ser con entidades bancarias. Esto es porque lo que pretende llevar a cabo Samsung en una segunda fase de Samsung Pay, es bastante innovador.

Esta aplicación no solo va a funcionar mediante NFC, sino que la intención de la compañía es conseguir **que funcione en el tradicional sistema de banda magnética, también conocido como MST**. Como habréis podido adivinar, las tarjetas regalo o de fidelización, funcionan mediante este sistema, por lo tanto, **las empresas podrán ofrecer a los clientes de Samsung Pay que escaneen estas tarjetas y las agreguen a sus dispositivos móviles**.

[Os dejamos la entrevista completa a David Alonso](#), responsable del área de empresas de Samsung.

Isis Vecino





¿Quieres hacer negocios en el extranjero pero no sabes idiomas?

Hablábamos de los [retos de la internacionalización](#) a los que se enfrentan las compañías y que, esencialmente, son dos: la cultura y el idioma. Hoy podemos decir que, al menos uno de ellos, tiene solución.



Para algunos españoles, principalmente para aquellos que tienen un dominio importante del inglés, el idioma no presentaba un gran problema a la hora de pensar en hacer negocios fuera de España. Sin embargo, **no todo el mundo tiene un elevado nivel de inglés y son menos los que pueden defenderse**

en varios idiomas. Esto supone un gran problema, sobre todo, si quieres ampliar tus ventas y estás viendo oportunidades más allá de nuestras fronteras.

Hasta este momento, tu única opción era echarle tiempo y ganas y dedicarte en cuerpo y alma a aprender uno de los idiomas más hablados, el inglés, pero hay otro pequeño inconveniente: en determinados países emergentes, donde las oportunidades de negocio son altas, sucede lo mismo que en España, que no todo el mundo habla inglés. **¿Cómo lo haces entonces?**

Si eres de esos que piensan en expandirte más allá de nuestro territorio y comenzar a internacionalizar tu empresa, hoy estás de suerte: **el idioma ya no presenta un problema para hacer negocios en el extranjero.** Si quieres vender en otros países, ahora puedes hacerlo con Whatsapp.

¿Cómo? Muy sencillo, Google, el actual propietario de esta aplicación, ha comprendido la importancia de

poder comunicarnos con gente de fuera de nuestro país y por eso **ha aplicado un sistema de traducción dentro de Whatsapp.** Ahora, podemos comunicarnos en casi cualquier idioma a través de nuestro móvil.

Para comenzar a utilizar este método de traducción, debemos descargarnos de Google Play la aplicación "traductor de Google", una vez instalada, con tan solo copiar el texto que hemos escrito en la ventana de diálogo y presionar tap to translate (toca para traducir) la App traducirá el mensaje al idioma que selecciones. El último paso es volver a copiarlo en el cuadro de diálogo y enviárselo a nuestro cliente. Si no te queda claro cómo hacerlo **aquí te explicamos [cómo se traduce un mensaje paso a paso.](#)**

Desde revista PYMES, creemos que aún tienen que pulirlo un poco más y ampliarlo a otros sistemas operativos a parte de Android, pero de momento **es una buena forma de comunicarnos con otras personas en otro idioma.**

Isis Vecino

Cómo predecir el comportamiento del usuario, a través de vídeos en las redes sociales

¿Necesitas buscar usuarios para tu marca? ¿No sabes cómo? Una estrategia para que, desde tu empresa, puedas llegar a captar a los que serían tus clientes potenciales, es a través de una de las herramientas que más se utilizan, más efectivas de hoy en día: las redes sociales.

Al principio, esto puede chocar, ya que parece un método de vigilancia, pero hay empresas que lo han probado. Una de estas, ha sido Mattersight Corporation a través del **sistema Predictive Video**. Este sistema tecnológico, se encarga de analizar el habla y las expresiones faciales, para así **poder predecir el comportamiento de un cliente potencial** en el futuro, una serie de información que te será muy útil a la hora de captar nuevos clientes basándose en su estilo o personalidad. Un ejemplo real de todo esto, fue en los Juegos Olímpicos de Invierno de 2014 en Sochi (Rusia).

Aquí se utilizó esta técnica a través de Vibralmage. Esta, se encargaba de escanear las expresiones faciales de los espectadores para que así, la delegación rusa, pudiera detectar a alguien con un posible estado agitado, y que fuera una supuesta amenaza para el evento.

Ahora vamos a ver un ejemplo de **cómo nosotros, como empresa o como retailer (tienda de minorista), podríamos utilizar esto**: como empresario tienes una tienda de ropa y quieres ver y analizar el comportamiento de tus compradores a la hora de mirar tu escaparate, mirar





IBM ha lanzado este tipo de tecnología de reconocimiento facial para que pueda ser probada por muchos retailers

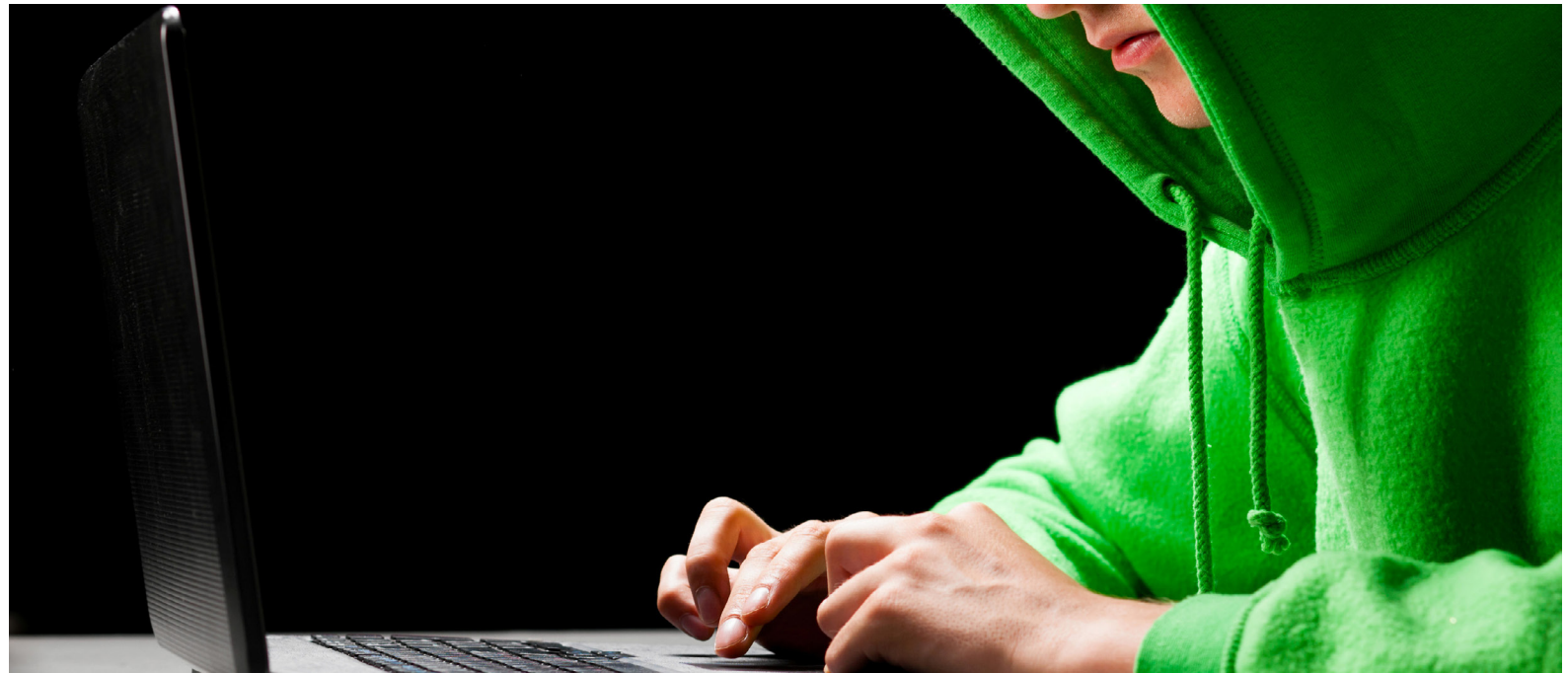
Las diferentes zonas de la tienda, tus productos (más tradicionales, más innovadores...), probar tus productos y/o servicios, tener controlada la tienda de posibles robos... Esta tecnología sería ideal para este tipo de circunstancias, ya que, **qué mejor que la expresión de la cara o el lenguaje visual en general, para dar así información de su estado emocional.** Este, es un aspecto que nunca engaña, en el que incluso existen expertos que estudian el tema y con el que poder descubrir y analizar, de forma pormenorizada, dicha información. IBM ha lanzado este tipo de tecnología de reconocimiento facial para que pueda ser probada por muchos retailers.

La empresa encargada de vender esta tecnología **asegura que aporta beneficios tanto al comprador como**

al vendedor, ya que así el cliente pierde menos tiempo y acertaría antes para obtener el producto ideal que está buscando, dándole un mayor servicio. Por su parte, **el vendedor, como es obvio, mejoraría sus ventas**

y captaría más clientes. Sin embargo, este planteamiento, va más allá, ahora las marcas pueden **extraer toda esta serie de datos - de una forma más fácil - de los futuros clientes que, como usuarios de las redes sociales, publican sus vídeos.** A través de los diferentes canales de las redes como: YouTube, Vine, Facebook Live, Periscope o Instagram, entre otros, se puede predecir el **behavior-data, o**

lo que es lo mismo, los datos sobre el comportamiento de los posibles clientes. Las propias redes, tras el estudio con algoritmos inteligentes del habla, las expresiones y el desarrollo en el tiempo de perfiles, **crean patrones que son vendidos a las marcas para después, a título personal, tener un perfil detallado** para crear sus propias estrategias comerciales.





La propia empresa Mattersight **afirma que su sistema está destinado a mejorar la experiencia del cliente**, a pesar de reconocer que las fuerzas del orden de los Estados Unidos (el FBI) están muy interesadas en utilizar dicho método para recoger y analizar datos. Pero Mattersight quiere que esto no sea una base dedicada solamente a un fin político y social, sino que también tenga un fin comercial para **mejorar el feedback a tiempo real entre comerciantes y clientes**.

Por el momento, este escaneo facial solamente será posible hacerlo a través de los vídeos que se encuentren publicados en el perfil de cada persona en la red. **Una vez llegada esta información a la marca, el programa empezará a estudiar dicho comportamiento**. Sin embargo, de momento, ir más allá y conseguir implementar este tipo de servicios en una tienda, en la que se pida a los clientes la autorización para escanearles la cara y ‘vigilar su

comportamiento’, **está todavía por ver si se podrá hacer y si el cliente querrá conceder dicho permiso**. Aún tendremos que esperar para saber si se está dispuesto, o por el contrario, quiere huir de esta tecnología como hace el personaje de Anderton en Minority Report.

María Páez

Mattersight afirma que su sistema está destinado a mejorar la experiencia del cliente

NOTICIA RELACIONADA





¿Quieres encontrar clientes a través de LinkedIn? Mejora tu perfil

LinkedIn



La red social de LinkedIn (fundada en 2002) la solemos percibir como el instrumento que permite a una persona dar a conocer su currículum vitae y conseguir trabajo. Pero esto no es solamente útil para una persona a nivel individual, sino que también es una herramienta esencial para nuestra pyme.

Y es que, **es el escaparate perfecto para comunicarnos con nuestros proveedores, con nuestros clientes actuales y futuros y mostrarles nuestro trabajo**, además de para darnos a conocer y ofrecer nuestros servicios, generando una gran red de contactos y participando en debates a través de los muchísimos grupos que hay, con otras empresas similares a la tuya. Esta, es la mejor forma de **poder**

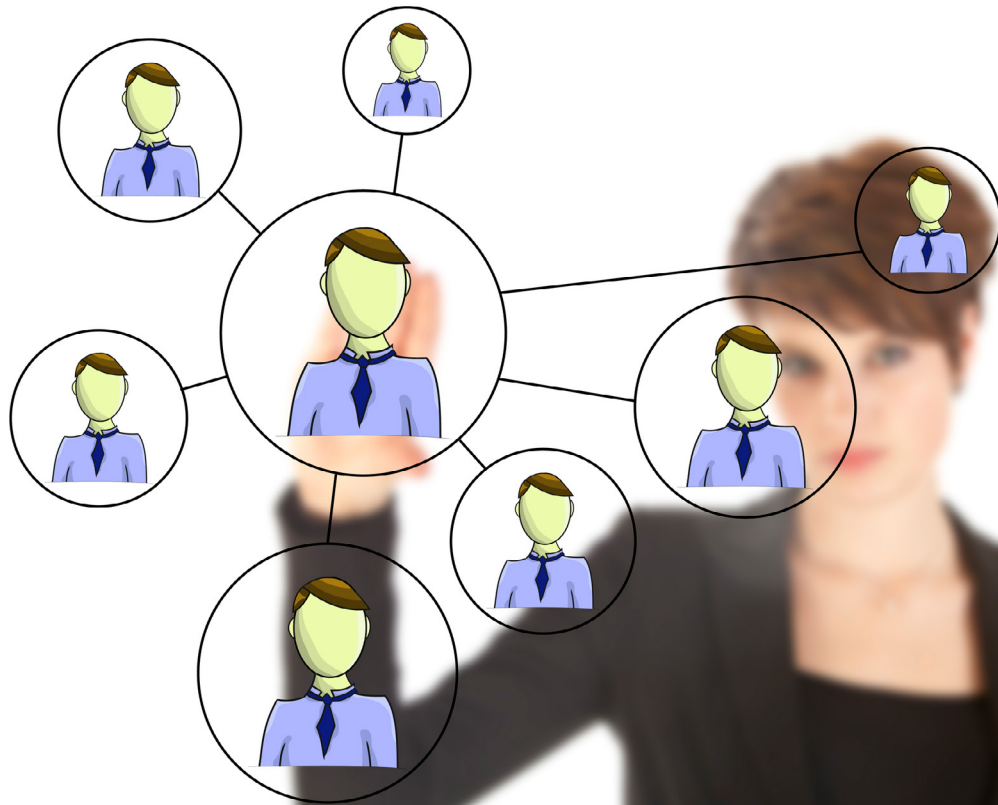
Es el escaparate perfecto para comunicarnos con nuestros proveedores y con nuestros clientes actuales y futuros

comunicarnos con ellos de manera directa, rápida, eficaz y recibir feedback. Aquí os dejamos un [vídeo que muestra la definición de lo que es esta red social](#).

Desde [revista Pymes](#) vamos a recopilar algunos de los consejos para **mejorar tu perfil de empresa en esta red social**:

- 1. Nombre:** señala el nombre perfectamente, es decir, el nombre de tu empresa completo, que no sea diferente, ya que si no puedes llegar a confundir a tus posibles clientes.
- 2. Fotografía de perfil:** el perfil debe tener una fotografía, ya que materializa y humaniza la empresa, es decir, muestra que es real, que hay un equipo detrás de todo esto.
- 3. Caja de actualización personal:** te permite tener viva tu red y compartir

Hay que transmitir toda la experiencia profesional de nuestro proyecto



tus trabajos con todos tus contactos, aportándoles información interesante para ellos.

4. Extracto: es muy importante, ya que en este apartado es donde podemos captar a nuestro cliente, inversor... En estos 2.000 caracteres con espacios tienes la oportunidad de venderte a todos ellos, destacando tus mayores virtudes, pasiones, los logros de la empresa, del equipo, las experiencias e, incluso, dejando un link a la web de tu trabajo.

5. Titular profesional: hay que transmitir toda la experiencia profesional de nuestro proyecto, detallarla, no solamente poner lo actual, para así poder utilizarlo como distintivo diferenciador con respecto a otras empresas.

6. Contactos profesionales: es interesante y dice mucho de la empresa que, en tu perfil, compartas los contactos directos que tienes, ya que también tus contactos hacen de ti ser la empresa que eres.

7. Aptitudes y conocimientos: es

el mejor apartado para conseguir un buen posicionamiento en cuanto al SEO en tu perfil (palabras claves, repetición de estas. Es una buena forma de captar visitas.

8. Grupos: hay muchos usuarios que no utilizan este apartado, pero es un aspecto que no hay que desaprovechar, ya que ahí puedes generar debates lanzando preguntas, compartiendo los trabajos de tu empresa y aumentando el tráfico de tu web, generando notoriedad.

9. Cuenta de correo: al final del perfil, en "Configuración de Contacto", pon el email de tu empresa, para que quien quiera, pueda contactar contigo, ya que el inmail, el - correo interno de LinkedIn- no está bien habilitado.

10. Recomendaciones: poner las recomendaciones de clientes siempre crea mejor imagen (calidad, fiabilidad...) que las de tus propios empleados.

Estos, son solo algunos consejos que harán mejorar tu empresa a vista de todos.

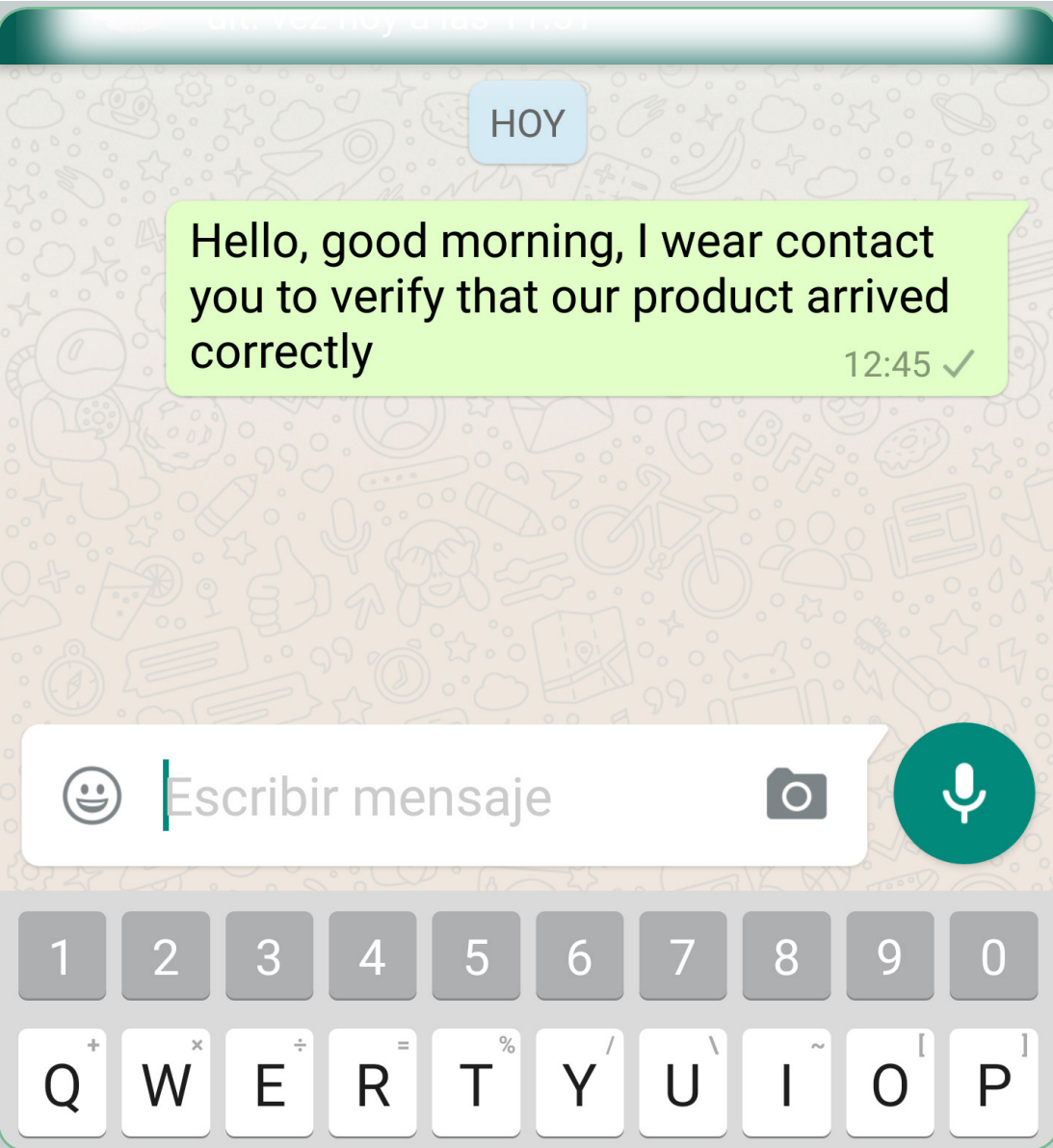
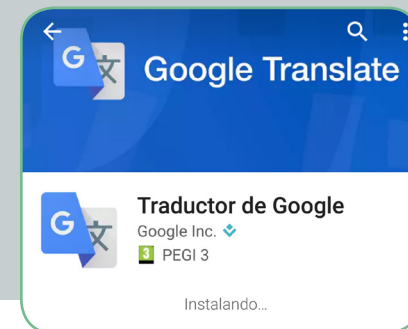
María Páez



Miniguía para aprender a usar el traductor de Whatsapp en unos minutos

Como comentan nuestros compañeros de revista Pymes en [uno de sus artículos](#), esta novedad que presenta Google para Whatsapp puede convertirse en una herramienta muy útil para todos aquellos empresarios, autónomos o emprendedores que quieran ponerse en contacto con potenciales clientes en otros países. Sin embargo, desde [Empresados](#) sabemos que utilizar el traductor de Google dentro de la App de mensajería no es demasiado sencillo y que, probablemente, aún tengan que mejorarlo un poco, pero de momento, aquí os enseñaremos cómo se hace en tan solo unos minutos.

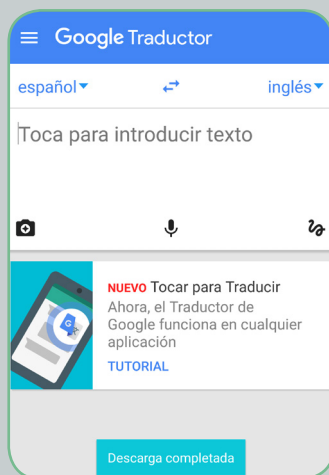
Lo primero de todo es **instalar la aplicación Traductor de Google en nuestro smartphone**, aunque de momento la opción de traducir los mensajes de Whatsapp en la propia aplicación solo es compatible con móviles que lleven SO Android, por lo que hay que [descargarlo de Google Play](#).



De momento, el traductor de Whatsapp solo es compatible con smartphones que lleven SO Android

Si sueles tener varios idiomas habituales a los que sueles traducir textos, no te preocupes: **el traductor te permitirá variar esta opción cada vez que quieras traducir algo.**

Ahora bien, hasta aquí cómo configurar el traductor, pero lo que realmente nos interesa es cómo utilizarlo en Whatsapp. Lo primero será **activar la opción de usarlo en otras aplicaciones** y para ello, solo tenemos que pulsar sobre el **“tutorial”** que aparece bajo el cuadro de texto.



Una vez instalada y abierta, **procederemos a su configuración**, para ello, debemos seleccionar el idioma al que más traducciones hagamos. Para configurar no hay que hacer nada especial, ya que nos saltará una **pantalla emergente con el título “Configura el Traductor de Google”** y las opciones de idiomas: en este caso elegiremos como principal el español y como el más frecuente el inglés, además de marcar la casilla de traducir sin conexión, que **nos resultará muy útil si nos quedamos sin línea de datos o sin WiFi.**

Nos aparecerá una pantalla con un botón en azul que pone **“ACTIVAR”**, pulsamos sobre él y nos reenviará a una nueva pantalla en la que aparecerá el siguiente mensaje seguido de un “interruptor” de activación: **Permitir superponer a otras aplicaciones.** Activamos dicho “interruptor” y ya podemos abandonar esta aplicación para **continuar en Whatsapp.**

Hasta aquí todo ha sido sencillo. A continuación, quizá sea la parte más compleja, pero **en cuanto la repitamos un par de veces nos quedaremos con ella y se convertirá en algo muy sencillo y automático.**

PUESTA EN PRÁCTICA

Imaginemos que hablamos con un cliente inglés, para ello, abriremos su chat – o pantalla de diálogo – en Whatsapp y comenzaremos a escribir lo que queramos como lo hacemos habitualmente con cualquiera de nuestros amigos.



Os recomendamos que los mensajes sean largos para evitar recurrir al traductor varias veces y que estén bien escritos para que no haya problemas de traducción.

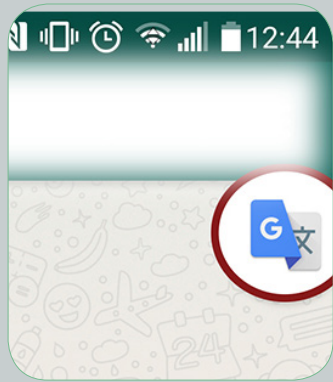
Una vez lo tengamos escrito, seleccionaremos el texto como si





quisiésemos copiarlo.

Al apretar la opción “copiar” aparecerá un icono en la esquina superior derecha de nuestra pantalla, **este es**



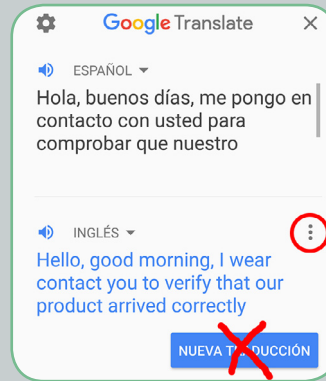
el botón para acceder al traductor.

Al pulsarlo, aparecerá una ventana emergente con el texto en el idioma original y, justo debajo de este, su

Como mencionábamos antes, aquí **es posible cambiar el idioma** al que nos venga mejor, pero generalmente aparecerá traducido al que marcamos como habitual.

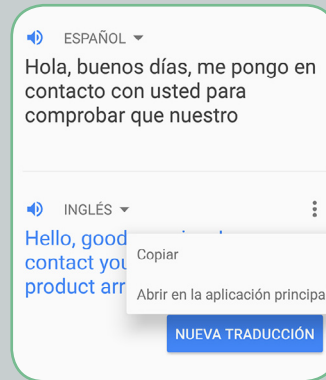
traducción.

Una vez hecho esto, tendremos que **volver a copiar el texto, esta vez en inglés**. Para copiarlo, solo tendremos que pulsar sobre los **tres puntos verticales** que aparecen junto a la



selección de idioma.

Ahí nos dará **dos opciones**: abrir en la



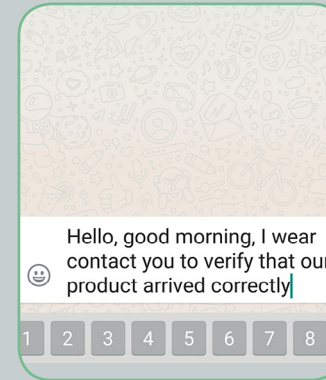
aplicación principal y copiar.

Una vez copiado el texto en inglés, la pantalla emergente desaparece y regresamos al cuadro de diálogo de Whatsapp. Lo siguiente que hay que hacer es **borrar el mensaje que**



escribimos en español ...

y sustituirlo por el texto en inglés.



Para traducir el texto solo hay que copiarlo en nuestro idioma, abrir el traductor y volver a copiarlo en el idioma al que lo hayamos traducido

Es un poco lioso al principio, pero en cuanto que lo has hecho un par de veces, se hace muy rápido.

Esperamos que os haya sido de utilidad esta pequeña guía sobre el uso del traductor de Google en Whatsapp.

Isis Vecino

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"

Entrénate 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

Madrid
28 y 29 de Septiembre de 2016



< **TU WEB** SOLUCIONES >

Compañía de posicionamiento y análisis S.L.

"Para asesorar hay que saber escuchar"

Diseñamos, desarrollamos y mantenemos

el modelo on-line

que tu empresa necesita

Soluciones para pymes



Análisis
on-line



Páginas
Web



E-commerce



Web
privada



Apps
móviles



Social
Media



SEO



E-mail
marketing



Generación
de contenidos



Marcom
on-line



SEM



Formación
on-line

Tel.: 91 308 85 66 • info@tuwebsoluciones.com • www.tuwebsoluciones.com