

“La pyme española es la mejor pyme de Europa”

25 años lleva la unidad de negocio de empresas de Vodafone ayudando a la pyme española a armar sus sistemas de telecomunicaciones y tecnología. Un negocio que tiene su pilar en la conformación de un canal, que suma más de 1.000 personas y en torno a 50 pymes, que se torna en una vía especializada en sus requerimientos y en las soluciones que necesita. “Nuestro objetivo sigue siendo la satisfacción de las pymes”, explica Carlos Ortiz, director de ventas SME en Vodafone Business. “Somos un catalizador que hace llegar las soluciones digitales para que nuestras pymes incrementen su competitividad, no solo a nivel nacional, sino europeo”. Una oferta en la que la ciberseguridad se ha convertido en pieza imprescindible. “Queremos que las pymes incrementen su concienciación y que la observen, no como un gasto, sino como una inversión”, completa Roberto Lara, director del área de ciberseguridad en Vodafone Business

Marilés de Pedro

La democratización de la tecnología ha permitido que la pyme pueda desplegar su negocio como una gran corporación. “La diferencia no está en el tamaño, sino en la ambición”, asegura Ortiz. Una pyme española que, a su juicio, es la mejor de Europa. “Es el motor de nuestra economía y lo que nos diferencia como país”. Se trata de una empresa multisectorial, muy exitosa, y a la cabeza del continente en la gestión de clientes. “Quizás no sea muy pionera en el desarrollo de nuevas soluciones, pero acercando las soluciones al cliente es la mejor”. Un retrato al que Roberto Lara suma su capacidad de resiliencia. “Exhibe una enorme adaptación a todo lo nuevo”.

Nivel de digitalización e inversión

Según el último informe anual sobre el estado de la digitalización de las pymes que lleva a cabo Vodafone, el 90 % de estas compañías entendía que la digitalización era necesaria, pero solo un 35 % tenía en sus presupuestos



Carlos Ortiz, director de ventas SME en Vodafone Business, y Roberto Lara, director del área de ciberseguridad en Vodafone Business

contempladas partidas para afrontar soluciones digitales.

Carlos Ortiz reconoce que aún hay camino que recorrer en su proceso de digitalización. Tras el enorme impulso que supuso la pandemia ha habido una cierta ralentización que, ahora, se está ajustando gracias al impulso, por un lado,

de los fondos NextGenerationEU, en los que Vodafone es agente digitalizador; y, por otro lado, de la inversión vinculada con la ciberseguridad y la inteligencia artificial. “Son dos grandes corrientes que están cambiando el paradigma de muchas empresas que ven necesario dar un paso más”.



Carlos Ortiz, director de ventas SME en Vodafone Business

En los últimos años la inversión de la pyme se ha centrado en tres áreas prioritarias: el entorno de la colaboración y la videoconferencia, el comercio *online* e, incluso en las más avanza-

“La pyme es el motor de nuestra economía y lo que nos diferencia como país”

das, el desarrollo de soluciones en la nube. ¿Y en ciberseguridad? Roberto Lara reconoce que, aunque la inversión creció, lo prioritario fue el proceso digitalizador. “Se invirtió en el diseño y la puesta en marcha de la web y en soluciones de comercio electrónico que no se protegieron de forma adecuada. Es el gran reto que ahora mismo tienen las compañías: las amenazas cibernéticas han crecido de manera exponencial y los medios para desplegarlas están a la altura de cualquiera”.

Retos de la pyme

Muchos son los desafíos a los que debe enfrentarse la pyme española. Carlos Ortiz se refiere

a su enorme diversidad: son compañías que abarcan desde los cuatro o cinco empleados hasta más de 250. “Gracias a la globalidad y a la deslocalización, hay empresas de 50 empleados, pymes, que operan en todo el mundo. Seguimos pensando en una pyme tradicional, circunscrita a un ámbito local, y no es así: esta definición se ha roto gracias, primero, a la ambición de muchas pymes y, segundo, al uso que ha hecho de las herramientas digitales.

Sin embargo, persisten algunos problemas. El primero, la falta de recursos financieros. “En el presupuesto de la mayoría de las pymes las partidas de digitalización y de ciberseguridad no tienen el peso que deberían”. También pesa la selección de las herramientas: muchas saben lo que quieren hacer y las áreas dónde requieren más ayuda “pero les cuesta encontrar las soluciones que cubren estas necesidades”, explica Ortiz.

Otras barreras son la falta de personal cualificado para liderar el proyecto tecnológico y el

necesario cambio cultural que éste requiere. “Hay determinados sectores muy tradicionales en los que cuesta mucho digitalizar determinados procesos, fundamentalmente vinculados con las personas”, completa.

Plan de ciberseguridad

La ciberseguridad es pieza clave de los procesos de digitalización. Vodafone Business puso en marcha un plan de ciberseguridad que ha permitido a más de 7.000 pymes conocer dónde están sus puntos vulnerables gracias a un análisis personalizado. Un plan que incluye una selección de distintos proveedores que pueden ayudar a la empresa a proteger sus sistemas y cubrir esas áreas de vulnerabilidad. “Muchas empresas, antes de este análisis, creían que contaban con un buen sistema de protección. Sin embargo, sus herramientas estaban absolutamente obsoletas y no contaban con ninguna actualización”, asegura Ortiz.

Vodafone Business cuenta con soluciones, enfo-

“Se puede invertir en tecnología, pero si no se invierte en concienciación siempre permanece una brecha”

cadadas a la pyme, y que se comercializan con una fórmula de pago por uso, con un coste muy ajustado. Con el paquete básico, Seguridad Digital, se protege el dispositivo. Incluye, entre otras funcionalidades, un antivirus avanzado y un *backup* del dispositivo, con un técnico 24x7 que ofrece soporte. El precio es de 8 euros al mes.

El paquete más avanzado, Seguridad Digital Plus, incorpora, además, protección para los dispositivos móviles y para el correo electrónico, un *backup* de datos más amplio y servicios avanzados de inteligencia. También incluye ser-



Roberto Lara, director del área de ciberseguridad en Vodafone Business

vicios de concienciación. El coste es de 8 euros al mes por cada dispositivo, con 20 euros adicionales, por compañía, mensualmente.

Roberto Lara señala las ventajas de las fórmulas

de pago por uso que aplican a la oferta completa de la operadora. “La empresa crece o decrece a la medida de lo que lo hace su plantilla. Además, asegura una actualización permanente y la inversión se incorpora a la partida de gastos generales de la empresa”.

A pesar de que aún queda camino por recorrer, Lara asegura que las pymes han invertido en los últimos años. También hay una mayor concienciación. “Los ciberataques ahora están en boca de todos, lo que es realmente importante porque el eslabón más débil siempre es el usuario. Se puede invertir en tecnología, pero si no se invierte en concienciación siempre permanece una brecha. Y, poco a poco, lo estamos cada vez haciendo mejor”. El responsable de ciberseguridad insiste, además, en la imprescindible colaboración público-privada. “Hay cada vez más expertos en ciberseguridad que trabajan en colaboración estrecha con el CNI, el INCIBE y con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, como la Policía Nacional o la Guardia Civil”.

Puntos básicos para asentar la digitalización

Carlos Ortiz defiende el papel, esencial, que juegan los operadores de telecomunicaciones en el proceso de transformación digital de las empresas. “El desarrollo de las capacidades digitales tiene su pilar fundamental en la fortaleza de la red de comunicaciones. Es el sustrato sobre el que tienen que crecer las soluciones digitales y de ciberseguridad. Y, en este apartado, solo hay tres operadores que han hecho grandes inversiones para mejorar la infraestructura de comunicaciones de España. Somos un país que está a la vanguardia en la cobertura en las redes móviles y fijas”.

Tres son los pilares en los que Ortiz sustenta el proceso de transformación digital de las pymes. El primero es la ubicuidad en las comunicaciones, capa básica para que la plantilla esté conectada en cualquier lugar. La operadora cuenta con One Net Vodafone, una centralita virtual que incluye, además, soluciones de colaboración, correo electrónico, etc.

La capacidad de internacionalización es el segundo pilar que se sustenta en dos aspectos: el comercio *online* y las redes sociales. Por último, los procesos de negocio. “Es el área con un despliegue más complicado y tiene que ver con las herramientas digitales que permiten optimizar aquellas tareas que no aportan valor”, explica. Un área en el que la inteligencia artificial puede desempeñar un crítico papel para ayudar a las empresas a determinar qué tareas puede desempeñar una máquina. “No se trata de reducir la plantilla sino de asegurar que el tiempo de los empleados sea realmente productivo y aplique a los procesos críticos de negocio”, señala Ortiz.