

Encuentro CincoDías

Las pymes deben entender para qué y cómo digitalizarse



“La convocatoria del Kit Digital es sencilla, ha intentado simplificar todo lo posible y aglutina todos los tipos de soluciones”

ALICIA SÁEZ LAVÍN,
SOCIA DE ECIIJA ADVISORY

Los expertos concluyen, a propósito del Kit Digital, que tener un plan previo de necesidades y dedicar un tiempo a la capacitación son aspectos básicos a la hora de acceder a la tan necesaria transformación digital de las pequeñas empresas

MARTA YOLDI
MADRID

El pasado marzo se abrieron las convocatorias para que las empresas de menos de 50 trabajadores y los autónomos accedan a subvenciones a fondo perdido para digitalizar sus negocios. Es el conocido como Kit Digital, dotado con 3.067 millones de euros y financiado a cargo de los fondos Next Generation de la Unión Europea.

La oportunidad y la futura eficacia de este programa han sido analizadas en el encuentro *De tener una web al SaaS: la transformación digital de las pymes a través de los fondos Next Generation*, organizado por **CincoDías** con la colaboración de Vodafone. La conclusión de este encuentro es que, puesto que el Kit Digital se dirige a un segmento muy concreto de las pymes (que constituyen el 98% del tejido empresarial), pequeñas empresas y micropymes, hay que tener en cuenta su principal característica que no es otra que la falta generalizada de formación tecnológica, a lo que hay que sumar el desconocimiento, en la mayoría de los casos, de lo que supone la digitalización. Por ello, es necesario que las pymes y autónomos solicitantes entiendan para qué necesitan el dinero que van a recibir e inviertan, aunque sea un mínimo de tiempo, en capacitarse para llevar cabo una digitalización adecuada.

El representante de la Administración, Luis Prieto,

director de economía digital de Red.es, admite que la digitalización de las pymes “es un reto complicado”. Según el índice de economía y sociedad digital (Desi) de la Unión Europea, España se encuentra en la media en cuanto a conectividad, “pero en cuanto a formación digital está por debajo, especialmente en el sector de las empresas con menos de 50 trabajadores”.

Para Torcuato Luca de Tena, fundador y CEO de Ozein Cloud Services, una empresa de 20-30 empleados puede digitalizarse con una inversión de 3.000 o 4.000 euros, pero “el problema es si somos capaces de mentalizar, de conseguir que se cambie la forma de hacer las cosas”. Aunque el ejecutivo cree que “este es el momento idóneo pues tenemos tecnología y financiación”.

Barreras

“La barrera es la eclosión tecnológica y que la gente sepa sacarle partido” afirma Daniel Jiménez, director de la unidad de negocios de empresas de Vodafone. “Creo que eso es lo que está faltando, la formación, la digitalización es un concepto muy amplio y mucha gente no es consciente”.

El fundador y CEO de Fractalia, Alejandro Fernández, señala que “la micropyme está en la supervivencia y tiene que ver con nitidez lo que es la digitalización para liberar recursos como lo hacen las grandes”. Opina que “no es una labor fácil. Se viene



Desde la izquierda, Daniel Jiménez, director de la unidad de negocios de empresas de Vodafone; Alejandro Fernández, fundador y CEO de Fractalia; Marimar Jiménez, redactora de CincoDías y moderadora del encuentro; Carles Ransanz, vicepresidente de ventas y enterprise de Sage España; Luis Prieto, director de economía digital de Red.es; Alicia Sáez Lavín, socia de Ecija Advisory, y Torcuato Luca de Tena, fundador y CEO de Ozein Cloud Services. PABLO MONGE

La falta de formación digital caracteriza a muchas pequeñas compañías

El reto es lograr que se sepa que no se trata solo de poner tecnología en el negocio

hablando del pequeño tamaño del tejido empresarial desde hace años y por lo que hay que empezar es por un cambio de estructura”. Alicia Sáez Lavín, socia en Ecija Advisory, confirma que “lo importante es que la pyme vea la necesidad de una transformación real” y Carles Ransanz, vicepresidente de ventas y enterprise de Sage España, agrega que “la digitalización es cultura, no es poner tecnología en un negocio, es cambiar lo que haces”.

Fondos UE

Los participantes mostraron su satisfacción por la puesta en marcha del Kit Digital ya que, en palabras de Alicia Sáez, “es una con-

vocatoria sencilla en la que se ha intentado simplificar todo lo que se ha podido y donde se han aglutinado muchos tipos de soluciones”. Al igual que Luis Prieto, destaca la colaboración público-privada que existe para que la información del Kit, convocatorias y soluciones, llegue a las pymes.

Una de las novedades de este programa es la figura del agente digitalizador. Todos los solicitantes deben contar con uno y este no es otro que las empresas, grandes o no, que ofrecerán los servicios en los que puede gastarse la subvención o bono digital recibido. Vodafone es uno de estos agentes y Daniel Jiménez explica que “al

final es el cliente el que va a elegir con quién va, si con una empresa grande o solo”, lo que para este experto es un logro del Kit Digital.

Dos cuestiones sobre la mesa: si el programa de subvenciones puede dar lugar a picaresca y a una guerra comercial. Luis Prieto es tajante: “Es previsible que haya picaresca pero se tratará más de fallos que de un uso mal intencionado de la subvención”. Red.es ha elaborado un mapa de riesgos identificados y Prieto destaca que lo primero que está prohibido es que la pyme solicitante sea a la vez agente digitalizador. Por lo que respecta a posibles guerras comerciales entre



“La microempresa está por su supervivencia y tiene que ver con nitidez lo que es tecnificarse para liberar sus recursos”

ALEJANDRO FERNÁNDEZ,
FUNDADOR Y CEO DE FRACTALIA



“La barrera es la eclosión tecnológica y que la gente sepa sacarle partido. Creo que eso es lo que está faltando, formación”

DANIEL JIMÉNEZ,
DIRECTOR DE LA UNIDAD
DE NEGOCIOS DE EMPRESAS
DE VODAFONE



“Es el momento idóneo para mentalizar hacia el cambio en la forma de hacer cosas porque hay tecnología y financiación”

TORCUATO LUCA DE TENA,
FUNDADOR Y CEO DE
OZEIN CLOUD SERVICES



“Los agentes digitalizadores tenemos que hacer de evangelizadores para ayudar al modo de la transformación”

CARLES RANSANZ,
VICEPRESIDENTE DE VENTAS
Y 'ENTERPRISE' DE SAGE ESPAÑA



“Primero hay que tener claro lo que se quiere hacer en la empresa y en función de eso solicitar la subvención, no al revés”

LUIS PRIETO,
DIRECTOR DE ECONOMÍA DIGITAL
DE RED.ES



agregadores, Jiménez no las prevé. “Estas guerras destruyen valor y esa factura tarda años en pagarse”. Y recuerda que por las bases del Kit no está permitido utilizar el bono para renovar equipos que ya se tienen, “sino que este es para mejorar, transformar”.

Carles Ransanz se suma a esto último. “Es que esto no va solo de una solución u otra sino de cómo quiero transformar mi empresa, por lo que es necesario tener claro un plan de lo necesario”. Aquí incide Luis Prieto, para quien lo primero es plantear “qué quiero hacer y en función de eso, solicitar la ayuda, no al revés”.

Casos de uso

El problema de saber lo que se pretende o no afecta más a las compañías más pequeñas, subraya Alejandro Fernández. “Estas tienen que entender mediante casos más sencillos lo que le puede ayudar a solucionar un problema. Son casos de uso, visualizar los casos de uso”. “En España no existe una digitalización previa, de lo que hablamos es de poner cimientos”, agrega.

El ejecutivo de Vodafone ejemplifica la realidad de la mayoría de las micro-pymes españolas. “Muchas no tienen un *backup* o copia de seguridad de clientes y no es sensible a las filtraciones de sus datos ni a que el terminal de su móvil es tan potente como su PC y que hay que protegerlos igual”. Por eso, argumenta, “es evidente que nosotros como agentes tenemos que

Aspectos del programa de subvenciones del Gobierno

► **Kit Digital.** Es un programa del Gobierno español para la digitalización de pymes y autónomos financiado con los fondos Next Generation de la Unión Europea. Está incluido en Acelera Pymes, desarrollado por la entidad pública empresarial Red.es, adscrita al Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital.

► **Convocatorias.** Consta de tres convocatorias distintas de acuerdo con el tamaño de las pymes solicitantes: las que tienen entre 10 y 49 empleados pueden optar a una subvención de 12.000 euros; las que cuentan con una plantilla de entre tres y nueve empleados optarán a 6.000 euros, y las de uno a tres trabajadores, a 2.000 euros.

► **Situación de crisis.** Alicia Sáez, socia de Ecija Advisory, sostiene que, en algunos aspectos, los requisitos en España para acceder a la subvención “son más estrictos que en Europa”. Por ejemplo, no pueden ser solicitantes aquellas empresas que, aunque solo sea en un ratio, presenten una situación de crisis. “Es una protección para prevenir el fraude”, explica Sáez.

► **Ciberseguridad.** Es un elemento clave de la digitalización, a juicio de todos los expertos. “Las pymes empiezan a ver que hay que dedicar tiempo y dinero a la seguridad. Yo les diría que lo hicieran cuanto antes”, señala Daniel Jiménez, de Vodafone.

► **Pandemia.** Otra conclusión unánime es que la pandemia ha supuesto un impulso a la digitalización en general y también a la de las pymes, que han comprobado cómo funciona y cómo es de útil.

explicar a las pymes para qué sirve nuestro trabajo en los 12 meses que marca el programa para que, al llegar el mes 13, la pyme no se quede con el servicio y nada más”.

“Tenemos que hacer de evangelizadores”, añade el directivo de Sage España. Ransanz dice que, a pesar de la puesta en marcha del Plan de Competencias Digitales, “el problema es que los 12 meses pasarán y hay que saber cómo transformarnos”.

Acompañamiento

Para dotar de eficacia al programa y que haya transformación efectiva, Torcuato Luca de Tena declara que hay dos palancas fundamentales como son “la formación, porque si no capacitas, la gente no se va a ver cómoda, y el acompañamiento, ya que la tecnología cambia continua y rápidamente y es necesario convivir con la pyme para ayudarle en el uso de esta tecnología”.

Y todos los expertos de la mesa están de acuerdo en una cuestión: la falta de profesionales digitales en España. Alejandro Fernández, para quien esta carencia “es abismal” con la tasa del paro que tiene el país, asegura que la tecnología genera “mucho empleo” y, además, “el sector está reclamando profesionales tecnológicos constantemente”.

Hacen falta planes y no solamente las pymes deben hacer los suyos para digitalizarse. También “hacen falta planes de formación”

indica Carles Ransanz, mientras Daniel Jiménez añade que “el problema es la formación de los jóvenes”.

Luis Prieto apunta que la carencia de jóvenes que se formen en disciplinas tecnológicas “no es un problema solo de España, pasa en Europa”. El responsable de Red.es añade que también hay un problema de género, pues “cada vez hay menos mujeres en las carreras tecnológicas”.

Porque, como asegura Torcuato Luca de Tena,

“la transformación digital es un camino largo”. Y eso a pesar de que soluciones como “el *cloud* o tecnología en la nube nos facilita el trabajo y nos democratiza”. Pero echa en falta que se entienda que, por ejemplo, “las herramientas colaborativas en un trabajo hay que digitalizarlas”.

Daniel Jiménez expone algunas ventajas que quizá muchas pymes no saben, como que “el *cloud* permite pago por uso y permite refrescar para no quedarse obsoleto o que los servicios profesionales siempre van a generar una cadena”.

Las pequeñas empresas deben, asimismo, evitar errores. Para Carles Ransanz, el primero es no tener un plan claro, “no entender que la tecnología es un todo”. “De qué sirve montar un *e-commerce* si luego no tengo cómo distribuir”, explica. Y para Daniel Jiménez, “el Kit Digital no es solo responsabilidad del Gobierno, sino que no hay que invertir en lo que no se necesita”, afirmación que comparte Luca de Tena al comentar que “hay que saber qué uso darle a lo que se va a comprar, ser más productivo y eficaz”.

Otra advertencia hacia las pymes que lanza Jiménez es que no se dejen llevar por el difícil contexto económico por el que estamos pasando. “No puedo digitalizarme ahora, tengo que subsistir, se tiende a pensar, pero tenemos que conseguir demostrar que la digitalización palía problemas y mejora a la empresa”, argumenta.

Acompañar a la pyme en su transformación se considera una palanca esencial

Las firmas no deben acudir al Kit Digital para gastar por gastar y sin saber dónde