

HP se convierte en socio tecnológico de las pymes europeas

España es uno de los países clave

La iniciativa estratégica HP Smart Office ofrece una propuesta de valor muy importante en cuanto al mercado español. Para Javier García Junceda, director general de la Pyme y de Sistemas Personales de HP España, "Smart Office refleja y aglutina nuestro compromiso en el desarrollo del principal tejido empresarial español, que son las pymes, y que representan el 98%. Somos uno de los países que más dinámicamente está desarrollando esta iniciativa y en el que se está produciendo un importante crecimiento, ya que la pyme será

uno de los motores de desarrollo en los próximos años. De hecho, la organización de Pyme ha sido muy bien acogida en cuanto a resultados se refiere en el último año, ya que en sistemas personales hemos alcanzado un 28% de cuota de mercado, que en el caso de la microempresa se ha incrementado del 16 al 25%, y en servidores e impresoras tenemos el 50%".

La filial española ofrece un programa integral para pymes que se aglutina en tres áreas básicas: asesoramiento y formación "para que este tipo de empresas -explica

Junceda- conozcan de primera mano qué infraestructura tecnológica es más útil para su negocio, para lo cual contamos con la red de delegaciones comerciales de HP en toda España en cuanto a proximidad geográfica se refiere, además de certificar a 1.150 Business Partners en programas específicos y asesoramiento para las pymes que garanticen una atención a los clientes inmediata". A ello se añade un centro de atención telefónica dedicado a este colectivo "en el que se reciben más de 400 llamadas diarias - subraya Junceda- y una web de soporte y consulta en línea".

En relación a la oferta, "la pyme no necesita productos inconexos, sino una infraestructura adaptada a

sus necesidades, compatible y fácil de integrar y utilizar -puntualiza Junceda-. Y ese es uno de los grandes esfuerzos que está realizando HP en cuanto a innovación en productos y soluciones se refiere, aglutinando todas las áreas de negocio de la compañía para aportar el equipamiento a la medida que requiere cada tipo de empresa". El asesoramiento para gestionar subvenciones por parte de las Administraciones Públicas y alianzas con proveedores de software y comunicaciones, entidades financieras y otros agentes sectoriales forman parte de esta iniciativa.

Si bien, como en el caso español, se emprenderán proyectos específicos a nivel local, HP ha desarro-

llado programas globales para las pymes europeas que se estructuran en el European Small and Medium Enterprise Vendor Forum, una alianza empresarial para aportar soluciones completas a las pymes que cuenta con la participación de empresas líderes del sector TI y de la Asociación de Cámaras de Comercio e Industria Europeas (Eurochambres). El programa PartnerONE ofrece un nuevo modelo para incrementar la eficiencia y la creación de valor con los distribuidores. A través del centro Imaging and Printing Expertise, las pymes tienen una herramienta online interactiva desarrollar y mantener su infraestructura de imagen e impresión a un menor coste.

SÓLO UN 6,8% REALIZA COMERCIO ELECTRÓNICO, SEGÚN LA AECE

Un 78,3% de las pymes españolas desconoce los beneficios del B2B

La penetración del comercio electrónico en las pequeñas y medianas empresas españolas tiene aún un largo camino por recorrer. El estudio sobre la aplicación del B2B realizado por la AECE revela que sólo un 6,8% de estas empresas lo realiza, frente a un 78,3% que desconoce las oportunidades que ofrece. Pese a que esta cifra no es negativa para los autores del estudio, una de las iniciativas previstas es la puesta en marcha de Centros de Innovación para que las pymes incorporen este modelo de negocio en sus procesos comerciales.

"La pequeña empresa española se incorpora a la práctica del comercio electrónico de forma silenciosa, paulatina y obteniendo mejoras evidentes en su productividad y competitividad", ha subrayado Javier Aróstegui, presidente de la Comisión B2B de la Asociación Española de Comercio Electrónico (AECE) durante la presentación del primer estudio sobre la práctica de la aplicación del comercio electrónico B2B (transacciones entre empresas) en las pymes españolas realizado con el apoyo del programa Arte/Pyme del Ministerio de Ciencia y Tecnología.

Teniendo en cuenta que el 99,7% del tejido empresarial español está formado por pequeñas

y medianas empresas (menos de 250 empleados) y que de ellas un 98% está formado por micro y pequeñas empresas (de 5 a 50 empleados), sólo un exiguo 6,8% de las pymes españolas realiza comercio electrónico como parte de sus procesos empresariales, según los datos del estudio. "La cifra no es mala -puntualiza Aróstegui-, ya que una de cada veinte pequeñas y medianas empresas se está incorporando de manera espontánea al B2B y España está en línea con lo que está sucediendo en Europa. Es cierto que hay que crecer más deprisa y que es necesario reducir ese desconocimiento que todavía existe. Por ello, una de las iniciativas de este proyecto será fomentar el comercio elec-

trónico entre las pymes a través de los Centros de Innovación".

Este porcentaje se incrementa hasta el 14% en las empresas con 10 a 19 empleados, si bien baja al 5% en aquellas que cuentan con menos de una decena de personas en su plantilla. Del total de la muestra que declara estar haciendo B2B, un 73% ha invertido hasta 30.000 euros en desarrollar este tipo de iniciativa empresarial, y un 35,3% señala un retorno de la inversión en un año.

El ahorro de costes y la reducción de los tiempos de aprovisionamiento son los principales ali-

cientos para el 53% de las pymes que realizan comercio electrónico, seguido en un 45% por la mejora del servicio a sus clientes. Por el contrario, la falta de conocimiento de las oportunidades que ofrece este modelo de negocio se muestra en un 63% de los casos como el principal obstáculo para que las pymes incorporen las TIC a sus relaciones con otras empresas. De hecho, sólo un 7,6% de la muestra declara conocer a otras empresas del sector que realizan B2B, mientras un 3,11% resta importancia a esta forma de realizar sus transacciones ya que ni sus clientes ni proveedores lo han solicitado.

Para Fernando Pardo, presidente de la AECE, "una de las máximas prioridades para adaptar este modelo de negocio pasa por dar formación y herramientas a las micro y pequeñas empresas, ya que las transacciones de compra-venta entre empresas se realizarán en Internet y si no incorporan el B2B a sus procesos de negocio no podrán competir".

Si bien, los datos del estudio señalan que la tendencia variará paulatinamente, ya que un 15,6% de las empresas que actualmente no realizan B2B tienen previsto

hacerlo el próximo año, principalmente con sus clientes y proveedores a través de un portal B2B propio; todavía un 77,9% mantendrá su forma tradicional de comercio.

En este sentido, la iniciativa Ciceron, auspiciada por la AECE y que cuenta con el apoyo del MCYT, tiene como fin ayudar a las pymes en la incorporación práctica del B2B a su negocio mediante la creación de los denominados Centros de Innovación que "se crearán a partir del año que viene en las comunidades más necesitadas. Serán centros para hacer comercio electrónico, no sólo para aprender. Se trata de un proyecto abierto en el que habrá que contar con la financiación de todas las partes".

Esta iniciativa, que pretende atender los problemas específicos de cada sector y en cada comunidad, ha sido muy bien acogida por el 72% de las organizaciones empresariales entrevistadas en el estudio como un aliciente para que las pymes se incorporen al comercio electrónico. En opinión de Fernando Pardo, "no es posible avanzar con mayor rapidez en el proceso de adopción de las TIC sin el apoyo claro de la Administración y las organizaciones empresariales. La iniciativa Ciceron es un vehículo de cambio y la AECE actuará como motor de dicho cambio".



Gestión de alta disponibilidad, un bien necesario

Sistemas en activo 24 horas al día

En los actuales entornos empresariales, la necesidad de disponer de todos los datos y sistemas en activo en todo momento resulta una prioridad para cualquier negocio. Conscientes de ello, Software Greenhouse y Vision Solutions han organizado un evento en Barcelona y Madrid para mostrar la evolución experimentada en los últimos años por el concepto de gestión de alta disponibilidad y las posibilidades existentes para cada tipo de compañía.

"Nuestro negocio es construir entornos informáticos sólidos y

estables. Proporcionar fiabilidad y disponibilidad", así definía David Wegman, vicepresidente de Vision Solutions, el principal objetivo de su compañía para lo que cuenta con cuatro marcas principales, Visualize, Vision Suite, Symbiator y el nuevo Orion, la primera solución multiplataforma para gestionar la disponibilidad en toda la empresa y que ha sido presentado por primera vez en este evento. En este sentido, el responsable remarca la necesidad de "escalar las soluciones al nivel apropiado para cada empresa ya que, dado que cada vez existe más

s sofisticación, es importante encajar el producto y adaptarlo al diseño que necesita cada negocio". La exigencia de conocer con claridad la disponibilidad que se necesita en todo momento, es algo que Wegman ha remarcado haciendo especial hincapié en la idoneidad de disponer de las soluciones adaptadas a cada tipo de disponibilidad, desde la básica, a la alta disponibilidad o la continuada en función de cada compañía.

En el mismo sentido se ha pronunciado Steve Finnes, director de Soluciones para gran empresa y *product manager* de Alta disponibilidad del laboratorio de iSeries de IBM. Finnes ha destacado la importancia de la disponibilidad continuada de

los ordenadores iSeries, la necesidad de adaptar las soluciones a cada tipo de negocio y el objetivo de para "ayudar a reducir el riesgo de pérdidas ocasionadas por las interrupciones en el funcionamiento de sus sistemas informáticos".

Evolución de iSeries

El evento también ha servido para dar a conocer las propuestas de IBM en servidores para alta disponibilidad y recuperación de desastres y un repaso a los 15 años de existencia de la arquitectura iSeries, entonces AS/400. Así, tanto en *backup* como en requerimientos de alta disponibilidad, Vassili Yakir, *segment manager* de grandes iSeries de IBM para EMEA, ha apuntado



Steve Finnes, miembro del laboratorio iSeries de IBM

hacia eServer iSeries como la solución ideal para estas funciones. "Esta familia evita tiempos de parón y ayuda a recuperar activos de TI disponiendo de servicio 7 x 24, replicación, distribución de cargas y *cluster*", expone el responsable.